



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة 08 ماي 1945 قالمة
كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية
قسم علوم الإعلام و الاتصال و علم المكتبات



مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر

شعبة: علوم الإعلام و الاتصال

تخصص: تكنولوجيا المعلومات و الاتصال و المجتمع

الموضوع:

إستخدام شبكات التواصل الإجتماعي
في الحصص الإذاعية - حصة إسقاطات نموذجاً -

تحت إشراف الأستاذ:

نمامشة رابح

من إعداد الطلبة:

- مسعودية عبد الرزاق

- ذياب حسام

السنة الجامعية: 2016/2015

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

" و قُلْ اَعْمَلُوا فِی سَبِیْلِ اللّٰهِ عَمَلِكُمْ

و رَسُوْلِهِ وَ الْمُؤْمِنُوْنَ "

شكر

"قل إن صلاتي و نسكي و محياي و مماتي لله رب العالمين (162)
لا شريك له و بذلك أمرت و أنا أول المسلمين (163)" سورة الأنعام .

إذا كان الخالق الكامل المستغني عن مخلوقاته

يستحب الشكر من عباده ليزيدهم من فضله، فلا شك إن الشكر الأول

و كامل الامتنان لله عز وجل على توفيقه لنا و عونته في مشوار حياتنا ،

فإن فاتنا اجر الأصالة فلا اقل من اجر الاجتهاد.

"الحمد لله كثيرا طيبا مباركا فيه".

نتقدم بالشكر الى من ساهم في انجاز هذا العمل الأستاذ المشرف

" **رابع نمامشة** "الذي لم يبخل علينا بتوجيهاته و نصائحه القيمة التي كانت عوننا لنا
في إتمام هذا العمل .

كما نتقدم بالشكر إلى جميع اساتذة قسم علوم الإعلام و الإتصال لهم التوفيق
و النجاح.

كما لا ننسى موظفي إغاثة قائمة

و في الأخير نرجو أن نكون عند حسن ظن الجميع و أن نرقى الى المستوى

المطلوب و المنتظر .



المدائح



الحمد لله الذي وقفنا لهذا ولم نكن لنصل إليه لولا فضل الله علينا

إلى منارة العلم الغمام المصطفى إلى سيد الخلق

إلى رسولنا الكريم سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم

إلى من كنت أنامله ليقدّم لنا لحظة سعادة

إلى من حصد الأشواق على دربي ليهد لي طريق العلم "والدي العزيز"

إلى رمز الحب وبلسم الشفاء إلى القلب الناصع بالبياض "والدي الحبيبة"

إلى القلوب الطاهرة الرقيقة و النفوس البرينة

إلى رياحين حياتي "معتز"

إلى من سرنا سويًا ونحن نشق الطريق معا نحو النجاح و الإبداع

إلى من تكاتفنا يدا بيد ونحن نقطع زهرة تعلمنا "مهدي، غافر، منصف، وليد،

دوناء، اللوكا، حسونا، فيطو، شمسو، علي، خالد، وكل مناخلين الرابطة الوطنية

للطالبة الجزائريين"

حسام

الإهداء



إلى أمي العزيزة.

و إلى والدي الكريم أطال الله عمرهما.

إلى شقيقي: حسام.

إلى أستاذي المشرف الكريم: " نعامشة رابع "

شكرا.

إلى كل عمال إذاعة قالمة

و إلى جميع أصدقائي الذين كانوا دعمي لي وسندا

طوال مشواري الدراسي "وليد، حسام، غافر ، مهدي، سمير،

علي، يوسف، اللوكا، الدونا، والمكيلي"

إلى كل هؤلاء أهدي هذا العمل.



عبد الرزاق

قائمة الأشكال

قائمة الأشكال:

رقم الصفحة	عناوين الأشكال	رقم الشكل
16	يوضح الاستخدامات والاشباعات	1
28	يبين التطور الزمني لمواقع الشبكات الإجتماعية	2
30	يوضح خصائص الشبكات الإجتماعية	3
41	يمثل صفحة الفايسبوك ورمزها	4
74	يوضح الصور والنص المستعملة في كل حصة	5
76	يبين القيم التي تحملها مواضيع الحصة	6
78	يبين إعجاب الجمهور بالحصة	7
80	يبين عدد المؤيدين في مواضيع الحصة	8

قائمة الجداول

قائمة الجداول:

رقم الصفحة	عناوين الجداول	رقم الجداول
36	يبين شبكات التواصل الاجتماعي الاكثر انتشارا في العالم	1
71	يبين عدد التعليقات في المواضيع	2
73	يبين نسب الوسائط المتعددة المستخدمة في مواضيع حصة إسقاطات	3
75	يوضح القيم التي تحملها مواضيع الحصة	4
77	يوضح إعجاب الجمهور بالحصة	5
79	يبين فئة الإتجاه مبدأه معارض محايد في الحصص	6

فهرس المحتويات

الشكر

إهداء

قائمة الأشكال

قائمة الجداول

فهرس المحتويات

المقدمة

أ-ب

03 الفصل الأول: موضوع الدراسة و إجراءاتها المنهجية

05 I. موضوع الدراسة

05 1- الإشكالية

06 2- أسباب إختيار الموضوع

07 3- أهمية الدراسة

08 4- أهداف الدراسة

08 5- تحديد المفاهيم

12 6- الدراسات السابقة

19 7- فرضيات الدراسة

20 II. الإجراءات المنهجية

20 1- مجالات الدراسة

21 2- مجتمع الدراسة

21 3- أدوات جمع البيانات

23 الفصل الثاني: ماهية مواقع التواصل الإجتماعي

25 تمهيد:

26 المبحث الأول: مفهوم مواقع التواصل الإجتماعي

26 المطلب الأول: تعريف مواقع التواصل الإجتماعي

26	المطلب الثاني: نشأة مواقع التواصل الاجتماعي.....
29	المطلب الثالث: خصائص و مميزات الشبكات الاجتماعية.....
32	المطلب الرابع: أنواع الشبكات الاجتماعية.....
33	المطلب الخامس: أهم مواقع التواصل الاجتماعي.....
37	المطلب السادس: إيجابيات و سلبيات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.....
38	المطلب السابع: شبكات التواصل الاجتماعي صعوبات و تحديات.....
40	المبحث الثاني: موقع الفاييس بوك.....
40	المطلب الأول: تعريف الفاييس بوك.....
40	المطلب الثاني: نشأة موقع الفاييس بوك.....
42	المطلب الثالث: سمات موقع الفاييس بوك.....
43	المطلب الرابع: إيجابيات الفاييس بوك.....
43	المطلب الخامس : سلبيات الفاييس بوك.....
46	المطلب السادس: إحصائيات حول موقع الفاييس بوك.....
46	خلاصة الفصل.....

الفصل الثالث: الإذاعة و التفاعلية

47	المبحث الأول : ماهية الإذاعة.....
50	المطلب الأول: نشأة و تطور الإذاعة.....
51	المطلب الثاني: مميزات الإذاعة.....
51	المطلب الثالث: وظائف الإذاعة.....
53	المطلب الرابع : أنواع الإذاعات.....
55	المطلب الخامس: نشأة و تطور الإذاعة في الجزائر.....
56	المطلب السادس: إذاعة قالمة الجهوية.....
58	المبحث الثاني: التفاعلية الإذاعية.....

58	المطلب الأول: مفهوم التفاعلية.....
59	المطلب الثاني: مفهوم التفاعلية الإذاعية.....
60	المطلب الثالث: الأبعاد التكنولوجية و التفاعلية الإذاعية.....
61	المطلب الرابع: مظاهر الخدمة التفاعلية الإذاعية.....
64	خلاصة الفصل:.....
65	الفصل الرابع : الإطار التطبيقي.....
67	I. عرض و تحليل البيانات.....
67	1- بطاقة فنية عن حصة إسقاطات بإذاعة قالمة الجهوية.....
68	2- بيانات المقابلة.....
70	3- بيانات حول فئات الشكل.....
75	4- بيانات حول فئات المضمون.....
81	II. النتائج العامة للدراسة.....
82	III. نتائج في ضوء الفرضيات.....
83	IV. الإقتراحات و التوصيات.....
85	خاتمة.....
87	قائمة المصادر و المراجع.....
93	ملاحق.....

مقدمة:

أحدثت التطورات التكنولوجية الحديثة في عقد التسعينات من القرن الماضي، نقلة نوعية و ثورة حقيقية في عالم الاتصال الذي إنتشرت فيه شبكة الأنترنت في كافة أرجاء المعمورة و ربطت أجزاء هذا العالم بفضائها الواسع و مهدت الطريق أمام كافة المجتمعات للتقارب و التعارف و تبادل الآراء و الأفكار، حيث إستفاد كل متصفح لهذه الشبكة من الوسائط المتعددة المتاحة فيها، وأصبحت أفضل وسيلة لتحقيق التواصل بين الأفراد و المجتمعات، و تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي من أبرز التطبيقات الحديثة لهذه الشبكة مثل "الفييس بوك" حيث أصبحت ظاهرة عالمية واسعة الإنتشار و الإستخدام، فاخترقت بخصائصها المتميزة حياة الأفراد وحتى المؤسسات الإعلامية كالإذاعة.

فالإذاعة حاليا ومع المنافسة الشديدة التي تتلقاها من الوسائل الإعلامية الأخرى تحاول التكيف أكثر مع هذه التطور التكنولوجي خاصة مع إتساع ظاهرة العلم وإكتشاف التقنية، وذلك بتوظيفها لمختلف التكنولوجيات الحديثة في عملها لتصل إلى أكبر قدر ممكن من جمهورها ومن بين هذه التكنولوجيات مواقع التواصل الاجتماعي و الفييس بوك تحديدا.

ومن هذا المنظر تسعى هذه الدراسة إلى الكشف عن إستخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الحصص الإذاعية حصة إسقاطات كنموذج.

ومن أجل تحقيق الإحاطة الكافية بمختلف جوانب هذا التوظيف، تم تقسيم الدراسة إلى فصول متعددة كالآتي:

الفصل الأول: موضوع الدراسة و إجراءاتها المنهجية: و الذي يتناول موضوع الدراسة وفيه : الإشكالية، التساؤلات، أسباب إختيار الموضوع، أهمية الدراسة وأهدافها، تحديد المفاهيم، الدراسات السابقة، المدخل النظري للدراسة وفرضياتها ، وفيه أيضا الإجراءات المنهجية وتتكون من مجالات الدراسة ومنهجها، وأدوات جمع البيانات.

الفصل الثاني: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي: تطرقنا فيه إلى شبكات التواصل الاجتماعي، لمحة تاريخية ، الخصائص والمميزات، الأنواع ، أهم مواقع التواصل الاجتماعي، الإيجابيات والسلبيات، الصعوبات والتحديات التي تواجهها، ثم تطرقنا إلى الفييس بوك كأهم نموذج للشبكات الاجتماعية.

الفصل الثالث: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي: ويتضمن الإذاعة، نشأتها وتطورها، وظائفها وخصائصها، أنواع الإذاعات، الإذاعة في الجزائر، ثم إنتقلنا إلى مفهوم التفاعلية و التفاعلية الإذاعية وأبعادها ومظاهرها.

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي: و يتضمن الإطار الميداني للدراسة والذي تم فيه تحليل ومناقشة البيانات وفي الأخير استعراضنا النتائج التي توصلت إليها الدراسة من خلال تحليل البيانات.

الفصل الأول

موضوع الدراسة

و إجراءاتها المنهجية

الفصل الأول: موضوع الدراسة و إجراءاتها المنهجية

I. موضوع الدراسة:

- 1- إشكالية و تسائلات الدراسة.
- 2- أسباب اختيار الموضوع.
- 3- أهمية الدراسة و أهدافها.
- 4- تحديد المفاهيم .
- 5- الدراسات السابقة.
- 6- المدخل النظري للدراسة.
- 7- فرضيات الدراسة .

II. الإجراءات المنهجية:

- 1- مجالات الدراسة .
- 2- مجتمع الدراسة .
- 3- ادوات جمع البيانات.

1- الإشكالية :

أحدث الإعلام الجديد ثورة في عالم الاتصال من خلال الشبكات الالكترونية العالمية , فالانترنت والإعلام الجديد على الخصوص أصبح يوفر فضاء يستطيع من خلاله الأفراد التفاعل ضمن مجموعات افتراضية التي إختصرت بدورها المسافات وقللت من الجهد وخلق نوعا من التفاعلية بين الشعوب إذ أن هذا الإعلام هو إعلام عصر المعلومات فقد كان وليد تزاوج بين ظاهرتين عرف بهما هذا العصر ظاهرة تفجر المعلومات وظاهرة الاتصال عن بعد التي ظهر على هامشها مجموعة من الظواهر المختلفة ولعل أبرزها شبكات التواصل الاجتماعي ، حيث انه في القرن بدأ يظهر على شبكات الانترنت مواقع جديدة سميت بشبكات التواصل الاجتماعي والتي كانت فكرة إنشائها قائمة على تحقيق الاتصال والتواصل بين الأفراد في بيئة افتراضية عن طريق التواصل المباشر بغرض تسهيل الحياة الاجتماعية لما تحضى به من خصائص كانت سببا في انتشارها على مستوى العالم منها التفاعلية التشاركية .

حيث لا يختصر استخدام المواقع على الفرد فقط بل تتعداه أيضا إلى المؤسسات بمختلف أنواعها , فالإذاعة الجزائرية من بين المؤسسات الإعلامية التي أصبحت تعتمد على هذه المواقع الاتصالية خاصة بعد دخول الإعلام الجزائري عالم الانترنت والموجة الرقمية ، حيث يعد الفايس بوك واحدا من أهم مواقع الشبكات الاجتماعية وأبرزها استخداما.

التساؤل الرئيسي :

مامدى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي الفايس بوك في الحصص الإذاعية التفاعلية حصة إسقاطات كنموذج بإذاعة قالمة ؟

ويندرج تحت هذا التساؤل تساؤلات فرعية كالاتي :

ماهي عادات وأتماط استخدام القائمون على حصة إسقاطات مواقع التواصل الاجتماعي الفايس بوك للتواصل مع الجمهور ؟

ما هي الدوافع والحاجات التي تكمن وراء توظيف حصة إسقاطات لموقع الفايس بوك ؟

كيف يستغل القائمون على حصة إسقاطات خصائص هذا الموقع للتأثير على جمهورها ؟

2- أسباب اختيار الموضوع:

تعود أسباب اختيار موضوع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الحصص الإذاعية إلى دوافع موضوعية و أخرى ذاتية يمكن تلخيصها فيما يأتي:

➤ أسباب موضوعية:

- انتشار ظاهرة المجتمعات الافتراضية الاجتماعية (شبكات التواصل الاجتماعي) التي تقول بعض الإحصاءات أنها تفوقت في عدد الزيارات على تطبيقات المحادثة (MSN) و (SKYPE) و هذا يجعلها ظاهرة تستحق دراسة خباياها.
- التركيز على مجال بحثي خصب الذي لا يتجاوز عمر الدراسات الخاصة به عشر سنوات وعلى هذا الأساس فإن هناك حاجة ملحة لدراسات من هذا النوع و ذلك لمعرفة خبايا هذا المجال بطريقة علمية و أكاديمية.
- دخول الإعلام الجزائري في السنوات القليلة المنصرمة إلى الإلكترونيات بكل ما يحمله هذا العالم من تقنيات ووسائل متطورة، وهو خلق انشغالات جديدة في الوسط الإعلامي الجزائري، وفتح بالتالي مجالاً خصباً لدراسات تضع التجربة الإعلامية الجزائرية تحت المجهر.
- انتشار استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية بشكل كبير بين مختلف الإذاعات في الجزائر لاسيما موقع الفيس بوك.
- جدية موضوع الدراسة لكونه دراسة التكامل بين الإعلام الجديد و التقليدي لوسيلة إعلامية لها تأثير بالغ على المستمعين.

➤ أسباب ذاتية:

- تأثرنا الشديد بالشبكات الاجتماعية و المجتمعات الافتراضية على شبكة الانترنت واقتناعنا بأن تكون من أهم الوسائل و الطرق المستخدمة في المؤسسات الجزائرية عموماً و الإعلامية خصوصاً.

- اهتمامنا بمجال الاتصال و التطورات التي تحصل في هذا الميدان.
- الرغبة في معرفة أهم التحديات الجديدة التي فرضها الإعلام الرقمي على رجال الإعلام في حد ذاتهم إذ فتح الأبواب على مصراعيها أمام كل ماهو جديد دون مراعاة لخصوصية أي وسيلة إعلامية على حدى.
- الاهتمام الشخصي في مجال الإذاعة لمواقع التواصل الاجتماعي.
- الفضول و الميل إلى معرفة الكثير عن الموضوع و التعميق فيه.

3- أهمية الدراسة:

تتوقف أهمية أي بحث على أهمية الظاهرة المدروسة و على قيمتها العلمية والعملية، و مدى إسهامها في إثراء المعرفة النظرية من جهة والميدانية من جهة أخرى.

وتكتسب هذه الدراسة أهمية خاصة لأنها تتناول شبكات التواصل الاجتماعي باعتباره موضوع جديد يفرض نفسه على الساحة الإعلامية.

تحول العالم الذي نعيش فيه إلى محيط إلكتروني محض مما دفع العديد من الباحثين إلى تسميته "بعالم الإلكترونيات" فهذه الأخيرة أصبحت تلازمنا في كل مكان، مما جعلنا نتمسك بهذه التقنيات أشد التمسك.

- كما تكمن أهمية هذه الدراسة في تسليط الضوء وتأثرنا بالشبكات الافتراضية مما يخلق بعض النقاط المهمة التي توضح الإستخدام الأمثل لما تتيحه التكنولوجيا الحديثة.
- المنافسة الحادة التي تعيشها يوميا الإذاعات سواء كان ذلك على المستوى الدولي أو على المستوى المحلي من أجل الحصول على أكبر عدد ممكن من المعلومات الحصرية، فقد أصبحت مسألة السبق الشغل الشاغل للكثير من مسيري المؤسسات الإعلامية.

- كما يمكن لهذه الدراسة أن تسهم بتقديم اقتراحات وتوصيات للإذاعة قائمة عامة والقائمين على حصة إسقاطات خاصة عند توظيفها لشبكة التواصل الاجتماعي كموقع فيس بوك من أجل تحسين أدائها و التواصل مع جماهيرها.

4- أهداف الدراسة:

- إن الأهداف بالنسبة للدراسة كالأركان للبناء فإن لكل دراسة علمية أهداف يسعى للوصول إليها ومن هنا يجب على كل باحث في أي مجال كان أن يسطر الخطوط العريضة لبحثه وعليه تكمن أهداف دراسته فيما يلي:
- التعرف على أهم الشبكات الإلكترونية التي تعتمد عليها الإذاعة في التواصل مع جماهيرها الخارجية والحصول على المعلومات الضرورية لصياغة مواضيعها الإخبارية.
 - الكشف عما إذا كان إستخدام وتوظيف موقع فيس بوك في الإذاعة وربطها بجمهورها.
 - محاولة التعرف على مختلف التغيرات التي طرأت على العمل الإعلامي الجزائري داخل الإذاعة إثر تبنيتها لبعض التقنيات الحديثة خاصة فيما يتعلق بطريقة و سرعة جمع المادة الإعلامية و التفاعل مع الجماهير في أقل وقت ممكن.
 - التعرف على مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل نشاط الإذاعة وربطها بجمهورها.
 - معرفة عادات وأنماط إستخدام القائمين على حصة إسقاطات كنموذج عن الإذاعة لموقع الفيس بوك و الكشف عن المحققة لهم عند استعمالهم لهذا النوع من المواقع.

5- تحديد المفاهيم:

يعتبر تحديد المفاهيم ذو أهمية منهجية في أي بحث علمي ذلك أن هذا التحديد يساعد الباحث على توضيح المعاني التي يتناولها في دراسته، بهدف إزالة الغموض و الالتباس حول المعنى المتبنى في الدراسة، لأن غموض المصطلحات يفقد الموضوع قيمته العلمية، ولقد حاول الطالبان الإحاطة بمختلف المفاهيم الخاصة بموضوع الدراسة.

➤ مواقع التواصل الاجتماعي :

- اصطلاحا :

عرفها فايز الشهري : "منظومة من الشبكات الالكترونية عبر الإنترنت تتيح للمستخدم فيه إنشاء موقع خاص به ، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات

و الهوايات أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية أو غير ذلك¹

و يعرفها الباحث محمد عواد في أطروحته للماجستير بأنها تركيبة اجتماعية إلكترونية من أفراد و جماعات أو مؤسسات ، وتتم تسمية الجزء التكويني الأساسي (مثل الفرد الواحد) باسم العقدة Node بحيث يتم إيصال العقدة بأنواع مختلفة من العلاقات لتشجيع فريق معين أو الانتماء لشركة ما أو حمل جنسية بلد ما في هذا العالم.²

و تعرفها هبة محمد خليفة بأنها: "شبكة مواقع فعالة جدا في تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف و الأصدقاء ، كما تكمن الأصدقاء القدامى من الاتصال ببعضهم البعض و بعد سنوات طوال و تمكنهم أيضا من التواصل المرئي و الصوتي و تبادل الصور و غيرها من الإمكانيات التي توطن العلاقة بينهم"³.

-التعريف الإجرائي :

هي مصطلح يطلق على المواقع المتواجدة على شبكة الانترنت و التي ظهرت نتيجة الجيل الثاني للويب ، لتساعد الأفراد على التواصل في ظل بيئة تفاعلية افتراضية محققين بذلك أهدافهم من التواصل.

➤ الفيس بوك :

-اصطلاحا:

• عرف شري كنعوف كيونت ، الباحث في مجال مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك: Facebook بأنه "واحد من المواقع الاجتماعية يمثل مجتمع دولي على الانترنت، و هو مكان يجتمع فيه أفراد المجتمع للتفاعل مع بعضهم من خلال تبادل الصور و أشرطة الفيديو و غيرها من المعلومات،و التواصل بشكل عام مع الأصدقاء و العائلة و زملاء العمل و الدراسة و غيرهم"⁴.

¹ ليلة جرار ، الفيسبوك و الشباب العربي ، مكتبة الفلاح، عمان، 2012، ص 37.

² محمد عواد ، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، رسالة ماجستير في علوم الإعلام و الإتصال، الأكاديمية العربية ، الدانمارك، 2012، ص 25.

³ خليفة هبة محمد، مواقع الشبكات الاجتماعية (ماهي)، منتديات السيار بالمكتبات و تقنية المعلومات:

<http://www.alyaseer.net/vb/shothread.php?t:17775>

⁴ حسين محمود دهبي: العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر و التوزيع، عمان، 2014، ص 24.

• واحد من أهم مواقع التشبيك الاجتماعي، و هو لا يمثل منتدى اجتماعيا فقط و انما أصبح قاعدة تكنولوجية سهلة ، بإمكان أي شخص أن يفعل بواسطتها ما يشاء¹.

• يعرفه قاموس الإعلام و الاتصال Dictionary of media and communication "فايس بوك" بأنه : "موقع خاص بالتواصل الاجتماعي أسس عام 2004 و يتيح نشر الصفحات الخاصة profiles و قد وضع في البداية لخدمة طلاب الجامعة و هيئة التدريس و الموظفين لكنه اتسع ليشمل كل الأشخاص².

-التعريف الإجرائي :

" فيس بوك هو موقع الكتروني يسعى لخلق بيئة يمكن للأفراد الدخول بانتظام لتتبع الأحداث، بغرض التفاعل و تبادل الأنشطة المختلفة".

➤ الإذاعة:

-لغة:

من ذاع ذيوعا، أي ظهر و انتشر ، أو هي انتشار الخبر عبر اللاسلكي كما ترمز كلمة "ذاع" إلى الإشاعة و يوصف الرجل الذي لا يكتفم السر بأنه مذياع³.

-اصطلاحا:

يعرفها عبد الحافظ سلامة بأنها " الانتشار المنظم المقصود بواسطة المذيع مواد إخبارية حيث يؤكد على أن المادة المذاعة تكون من نفس مجتمع الإذاعة بمختلف النظم الاجتماعية و الثقافية و الدينية و النشرات الإخبارية الخاصة بذلك المجتمع بحيث يكون هناك تأثير و تأثر بين أفراد المجتمع و البرامج المذاعة ، و التي تبث في آن واحد من طرف المستمعين"⁴.

¹ عباس مصطفى صادق: الإعلام الجديد (المفاهيم، الوسائل، التطبيقات)، ط1، دار الشروق، الأردن، 2008، ص 218.

² marchel danesi(2009),dictionnery of media and communication me charper, new york,p 117

³ إسماعيل سليمان أبو جلال: الإذاعة ودورها في الوعي الأمني، ط1، دار أسامة للنشر و التوزيع، الأردن، 2012، ص 21.

⁴ طه العاطي نجم : الإتصال الجماهيري في المجتمع العربي الحديث، دار المعرفة الجامعية ، الإسكندرية ، 2009، ص 21.

-التعريف الإجرائي:

من أهم الوسائل الصوتية و المسموعة التي تتولى إذاعة الأخبار عبر مجموعة من المحطات الإذاعية المرتبطة معا، كانت تحتل المرتبة الأولى قبل ظهور التلفزيون و الانترنت.

- التفاعلية: 'l'interactivité':

تطلق هذه على سلسلة الافعال الاتصالية التي يستطيع الفرد ان يأخذ فيها موقع الشخص (ب) و يقوم بأفعاله الاتصالية ، فالمرسل يرسل و يستقبل في الوقت نفسه ، وكذلك المستقبل ،ويطلق على القائمين بالاتصال لفظ مشاركين بدلا من مصادر ، و قد أورد الباحثون في هذا الموضوع بعض وسائل التي يوجد فيها تفاعل بين المستخدم و المرسل و ذلك مثل :الهاتف ، التلفزيون التفاعلي،المؤثرات عن بعد و الكمبيوتر الشخصي، و غير ذلك من الوسائل الاعلامية التي يستخدمها الجمهور في تبادل المعلومات مع المرسل ، كما تعد التفاعلية خاصية من خصائص تكنولوجيا الاتصال ¹.

-التفاعل interaction:

يعرف التفاعل بأنه عملية تحدث بين شخصين يغير بواسطتها الأفراد المتصلون مؤقتا تصرفات بعضهم اتجاه بعض من خلال اثار متبادلة متواصلة و هو النمط السلوكي الأساسي في الجماعة و التفاعل في حقل الاعلام يعني التجاوب مع المضامين و المواد التي تبثها وسائل الاتصال الجماهيري المختلفة أي إستجابة المتلقي للرسالة ².

-الدراسات السابقة:

نجد استعراض الدراسات السابقة في البحث العلمي ذات أهمية كبرى فهي تؤدي كثيرا من المهام للباحث أثناء تنفيذه للبحث، إذ أنها تزوده بالمعايير و المقاييس و المفاهيم و المنهج الملائم لبحثه، كما أنها تساهم في توضيح أبعاد المشكلة و تبيان موقع المقترح من الجهود السابقة الأخرى، مع تنبيه الباحث التي لم يتمكن من معرفتها أو العثور عليها ، و معرفة طبيعة المادة العلمية الموجودة، و هكذا يتمكن الباحث من تحديد الإطار النظري الذي يبني في إطاره دراسته و الخلفية التي في ضوئها نتائج بحثه كما تنبه إلى النقص و الأخطاء التي وقع فيها الباحثون السابقون له فلا يعيد هذه الأخطاء.

¹ محمود علم الدين، تكنولوجيا المعلومات و الإتصال ومستقبل الصحافة، ط1، دار السحاب للنشر و التوزيع، 2005، ص 177.

² نصر الدين العياطي، التلفزيون دراسات و تجارب، دار هومة ، الجزائر، 1998، ص 109.

أ- الدراسة الأولى:¹

فتيحة كحيل ، الإعلام الجديد و نشر الوعي البيئي ، دراسة في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي موقع الفيس بوك نموذجاً، دراسة مكملّة لنييل شهادة الماجستير في علوم الإعلام و الاتصال تكنولوجيا الاتصال الحديثة ، جامعة الحاج لخضر باتنة ، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية ، قسم الإعلام و الاتصال ، سنة 2012/2011 .

❖ إشكالية الدراسة :

تمحورت إشكالية هذه الدراسة في التساؤل التالي : كيف يؤدي استخدام الفيس بوك كإحدى تطبيقات الإعلام الجديد إلى نشر الوعي البيئي لدى جمهور المستخدمين ؟

و اندرجت تحتها التساؤلات الفرعية التالية :

- ماهي أنماط و طرق استخدام موقع الفيس بوك. بما يؤدي إلى خلق الوعي البيئي لدى جمهور المستخدمين الجزائريين ؟
- ماهي عادات تعرض المستخدمين الجزائريين لموقع الفيس بوك ؟
- ماهي دوافع استخدام هذا الموقع بالذات في ما يتعلق بموضوع حماية البيئة و نشر الوعي البيئي ؟
- ما طبيعة الإشاعات المحققة لجمهور المستخدمين الجزائريين منة خلال موقع الفيس بوك ؟

❖ أهمية الدراسة :

تتمثل أهمية الدراسة في ان الإعلام الجديد عبارة التغير الشامل في نظم الاتصال بين التزاوج بين الكمبيوتر و تكنولوجيا الاتصال و الوسائط المتعددة ، و هو إفرز أشكال جديدة و متنوعة في التطبيقات الإعلامية كانت التفاعلية سمته البارزة ، و خلق نمط جديد من التواصل بين الأفراد بين المستخدمين غيرت من اهتمامهم من مجرد التواصل العادي من نوع آخر من التواصل الهادف .

❖ منهج الدراسة :

لقد استخدمت الباحثة المنهج الوصفي لمعرفة أنماط و طرق الإستخدام و كذا الإشاعات المحققة من وراء

¹ فتيحة كحيل، الإعلام الجديد ونشر الوعي البيئي ، دراسة في الاستخدامات مواقع التواصل الاجتماعي - فايسبوك نموذجاً-، رسالة ماجستير ، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2012-2011.

استخدام موقع الفيس بوك و إتمدت على منهج المسح كنموذج معياري لخطوات جمع البيانات من المفردات المتمثلة في المستخدمين ذوي المستويات التعليمية التي تتراوح بين المتوسط الثانوي و الجامعي¹.

❖ نتائج الدراسة :

أكدت نتائج الدراسة على صحة التساؤلات الفرعية و بشكل مباشر على صحة الإشكالية الرئيسية ، إذ توصلت بأن موقع الفيس بوك يساهم في بلورت و نشر الوعي البيئي باعتباره واحد من تطبيقات الإعلام الجديد بصفة خاصة ، و التي يمكن توظيفها لخدمة أغراض الإعلام الجديد .

إن أوجه التشابه بين هذه الدراسة و دراستنا الحلية يتمثل في موضوعه "مواقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك نموذجاً" إذ يمكن الاستفادة من طبيعة المنهج المستخدم .

الدراسة الثانية²:

تسعديت قدوار ، اثر تكنولوجيات الاتصال على الإذاعة و جمهورها ،دراسة مسحية في الاستخدامات و الاشباعات لدى الشباب دراسة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام و الاتصال ، جامعة الجزائر 3 ، كلية العلوم السياسية و الإعلام قسم علوم الإعلام و الاتصال ،سنة 2010/2011 .

❖ إشكالية الدراسة :

انطلقت الباحثة من إشكالية تتمثل في ماهو أثر استخدام الشباب في تكنولوجيا إعلام و الإتصال على مدى إقبالهم على الإستماع للإذاعة المحلية ؟

و اندرج تحت هذا التساؤل الرئيسي أسئلة فرعية تمثلت في ما يلي :

- ماهي العادات الاجتماعية لدى الشباب ؟
- ماهي الاشباعات التي تحقق للشباب عند التعرض للإذاعة ؟
- كيف يتفاعل جمهور المستمعين مع المضامين الإذاعية و في ما بينهم ؟

¹ فتيحة كحيل، مرجع سابق.

² تسعديت قدوار، أثر تكنولوجيا الإتصال على جمهورها، دراسة مسحية في الاستخدامات و الإشباعات لدى الشباب دراسة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام و الإتصال ، جامعة الجزائر 3، كلية العلوم السياسية و الإعلام، قسم علوم الإعلام و الاتصال ، 2010-2011.

-هل لتغير الجنس ، المستوى التعليمي ، السن و الحالة المهنية ، علاقة بدرجة و نوعية التعرض للبرامج الإذاعية¹؟

❖ أهمية الدراسة :

تجلت أهمية هذه الدراسة في التحولات التي عرفتتها وسائل الإعلام في جميع أرجاء المعمورة و ظهور وسائل إعلامية اتصالية جديدة ، كذلك تمثلت في إهتمامها بدراسة علاقة جمهور الإذاعة .

❖ منهج الدراسة :

إستخدمت الباحثة المنهج المسحي و الذي يعتبر من أفضل المناهج التي تبحث في اتجاهات الجمهور و خصائصه و كذا احتياجاته في بحوث الإعلام ، أما الأدوات المستعملة قد اعتمدت على الإستمارة الإستبائية لجمع البيانات و المعلومات المستخدمة و كذلك الملاحظة و المقابلة

❖ نتائج الدراسة :

توصلت الباحثة إلى نتائج تمثلت في ان الاستماع للبرامج الإذاعية لم يتراجع الى عند نسبة قليلة عند الشباب ما يؤكد إن الإذاعة لم تفقد مكانتها في أوساط الشباب في ظل واقع جديد كما توصلت الدراسة من خلال معاينتها الميدانية إلى ضعف إستعمال التقنيات الحديثة في العمل الإذاعي .

إن الإلتقاء بين هذه الدراسة " اثر تكنولوجيا الاتصال على الإذاعة و جمهورها" دراسة مسحية للاشباع و الاستخدامات لدى الشباب ، و دراستنا الحالية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الحصص الإذاعية التفاعلية - حصة إسقاطات نموذجاً - يتمثل في موضوع الإذاعة و كذا في النظرية المستخدمة (نظرية الاستخدامات و الاشباع) .

6- المدخل النظري للدراسة:

❖ نظرية الاستخدامات و الاشباع:

تسمى بنظرية المعرفة، ترى هذه النظرية أن جزء هاماً من استخدام الناس لوسائل الإعلام موجه لتحقيق أهداف يحددها الأفراد، وهم من يقومون بإختيار وسائل إعلامية معينة لإشباع احتياجاتهم، مثلما قال "مارك ليفي" هناك خمسة أهداف محققة من استخدام الناس لوسائل الإعلام هي "مراقبة البيئة والتوجه المعرفي وعدم الرضا

¹ تسعديت قدوار، مرجع سابق.

والتوجه العاطفي والتسلية"¹.

وبهذه النظرية يعتبر الجمهور نشط ويمكنه تحديدي الإشباع التي يريد الحصول عليها ويستخدم خبرته الإتصالية بوسائل الإتصال الجماهيري².

ويلخص كاتز وزملائه الفروض الأساسية للنظرية فيما يلي:

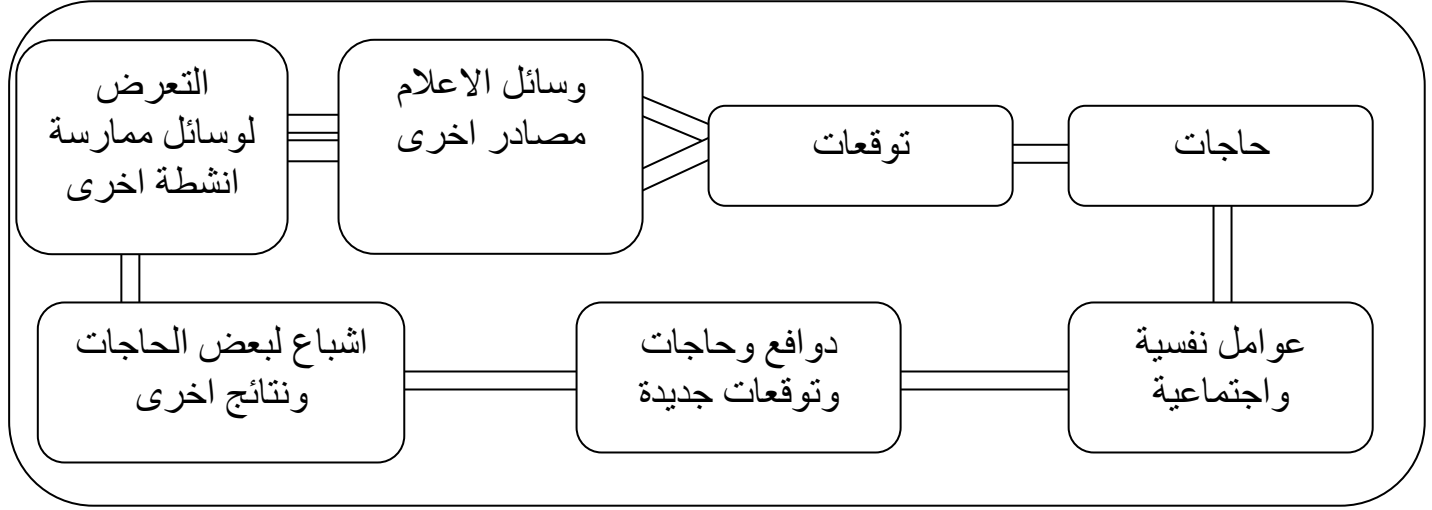
- جمهور المتلقين هو جمهور نشط، وإستخدامه لوسائل الإعلام هو إستخدام موجه لتحقيق أهداف معينة.
- يمتلك أعضاء الجمهور المبادرة في تحديد العلاقة بين إشباع الحاجات وإختيار وسائل معينة يرى أنها تشبع حاجاته .
- تنافس وسائل الإعلام مصادر أخرى لإشباع الحاجات مثل الإتصال الشخصي أو المؤسسات الأكاديمية أو غيرها من المؤسسات , فالعلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام تتأثر بعوامل بيئية عديدة , تجعل الفرد يتجه إلى مصدر ما لإشباع حاجته دون الآخر ، وهذا ما عبر عنه كلابر بتأثيرات العوامل الوسيطة .
- الجمهور هو وحده القادر على تحديد الصورة الحقيقية لإستخدامه وسائل الإعلام لأنه هو الذي يحدد إهتماماته وحاجاته ودوافعه وبالتالي إختيار الوسائل التي تشبع حاجاته .
- الأحكام حول قيمة العلاقة بين حاجات الجمهور وإستخدامه لوسيلة أو محتوى معين يجب ان يحددها الجمهور نفسه³.

¹ بشير علاق، نظريات الإتصال مدخل متكامل ، دار البازوري للنشر و التوزيع، عمان، 2011، ص 65.

² عبد الرحيم درويش، مقدمة إلى علم الإتصال ، مكتبة نانسي ، دمايط، 2005، ص 27.

³ محمد عبد الحميد ، نظريات الإعلام و إتجاهات التأثير ، عالم الكتب للنشر و التوزيع، القاهرة ، 2004، ص 275.

شكل رقم (1): يوضح الاستخدامات والاشباع¹



❖ أبعاد نظرية الاستخدامات والاشباع²:

- إفتراض الجمهور النشط .
 - الأصول الاجتماعية والنفسية لإستخدام وسائل الإعلام .
 - دوافع الجمهور وحاجاته من وسائل الإعلام .
 - التوقعات من وسائل الإعلام .
 - إشباع وسائل الإعلام .
- ويمكن تلخيصها في :

- إفتراض الجمهور النشط :

ويعد مفهوم الجمهور النشط من أهم المفاهيم في دراسات الإستخدام والإشباع حيث ينظر إليهم على اعتبار أنهم أعضاء ومشاركون إيجابيون ونشطون فاعلون في الإتصال ويفترض إن لدى أولئك الأفراد العديد

¹ رضا عبد الواحد امين، النظريات العلمية في مجال الإعلام الإلكتروني، قسم الصحافة و الإعلام بجامعة الأزهر، القاهرة، 2008، ص 68.

² باسم عبد الرحمان المشاقبة، نظريات الإتصال، ط1، دار أسامة للنشر و التوزيع، عمان، 2011، ص 66.

من الحاجات والدوافع المختلفة والمتنوعة ، والتي يسعون بنشاط وفاعلية لإشباعها من خلال الإختيار والإنتقاء من الوسائل المختلفة بطرق وأساليب واعية ، صادقة ومقصودة .

– الأصول الاجتماعية والنفسية لإستخدام أهم وسائل الإعلام:¹

قدم كل من فرانك وجرينريج أدلة على أن إستخدام الأفراد لوسائل الإعلام ينسجم مع أساليبهم في الحياة ، مع إختلاف الجماعات وتنوع حاجاتها وإهتماماتها ، يكون لكل جماعة أنماط مختلفة مع التعرض لوسائل الإعلام وإختيار المحتوى المناسب .

ويؤكد الباحثون في هذا المجال على أن الإنسان ليس حالة سلبية يتأثر بتلقائية ساذجة بكل الوسائل الإعلامية التي يتعرض لها ، إن ما تأثره تتدخل فيه متغيرات كثيرة ، بعضها النفسي الذي له علاقة بشخصية الفرد ودوافعه وإحتياجاته النفسية ، وبعضها الاجتماعي الذي له علاقة بالظروف والعوامل المحيطة بالفرد في داخل البيئة الاجتماعية .

– دوافع الجمهور وحاجاته من وسائل الإعلام :

ظهرت اتجاهات عديدة لتصنيف الحاجات والدوافع ، ومن أبرزها تصنيف ماسلو الذي صنف الحاجات إلى قسمين رئيسيين هما :

■ الحاجات الأساسية : وذلك مثل الحاجة إلى الإلتناء ، والتواصل مع الآخرين ورغبة الفرد في تقدير الآخرين له .

■ الحاجات الثانوية : مثل الحاجة المعرفية كحب الإستطلاع والرغبة في الفهم .

أما تصنيف الدوافع فقد قام الباحثون بتصنيفها كل حسب تخصصه ، ويمكن للباحث ان يعرض تقسيمات الدوافع الإعلامية منها :

■ دوافع فردية داخلية : وهي التي تتمثل في رغبة الفرد في القيام بشيء معين لذاته وهذه الدوافع تحقق للفرد إشباعات فردية مثل دوافع الفضول والإنجاز .

■ دوافع اجتماعية خارجية : وهي الدوافع التي تنشأ نتيجة العلاقة بين الفرد والمجتمع المحيط به ، حيث يقوم الفرد بأفعال معينة لإرضاء المحيطين ب أو للحصول على تقديرهم أو إثباتا لذاته .

¹ باسم عبد الرحمان المشاقبة، مرجع سابق، ص 70.

- توقعات الجمهور من وسائل الإعلام¹ :

يتوقع الأفراد من وسائل الإعلام إشباعاً لحاجاتهم ، وتقوم هذه التوقعات على الأصول النفسية والاجتماعية لهؤلاء الأفراد وتفترض هذه الدراسات أن لدى أفراد الجمهور العديد من التوقعات التي تبرز من خلال قدرة هؤلاء على إدراك البدائل المختلفة في إطار مساحة كبيرة من حرية الاختيار من بين عدد أوفر من مختلف الوسائل ، والإنتقاء من بين كم هائل من محتوى الرسائل .

- إشباع وسائل الإعلام:

وفق نظرية الإستخدامات و الإشباع يتم وصف الجمهور بأنه مدفوع بمؤثرات نفسية، واجتماعية للحصول على نتائج معينة يطلق عليها الإشباعات.

وقد إهتمت دراسات الإستخدام و الإشباع مند السبعينات بضرورة التميز بين الإشباعات التي يبحث عنها الجمهور من خلال التعرض والإشباع التي تحقق للجمهور بالفعل نتيجة التعرض، وتوصلت الدراسات إلى نتائج من أهمها، إرتباط الإشباع التي يبحث عنها الفرد بالإشباع التي تحقق له بمعنى إن كلا منها يؤثر في الآخر، ولكن لا يحدد مجاله بمعنى إن الإشباع الذي يحقق للفرد ليس بالضرورة هو الإشباع الذي يبحث عنه².

- الإنتقادات الموجهة لنظرية الإستخدامات والإشباع:

تواجه نظرية الإستخدامات والإشباع العديد من الإنتقادات تتمثل في:

- إن وسائل الإعلام ليست دائما مؤسسات مستقلة تحمل بالأصالة عن نفسها فحسب، وإنما تعمل أيضا نيابة عن جماعات ومنظمات أخرى، وهو ما يجعل من الصعب التميز بين وظائف الإعلام و بين وظائف الأجهزة الأخرى في المجتمع.
- صعوبة قياس الحاجات مما يجعل عملية إستنتاج الإشباع التي تقوم بإشباعها غاية في الصعوبة، بالإضافة إلى التعقيد في إستخلاص العلاقة بين الحاجة و الإشباع و الإستخدام.
- عدم التحديد الدقيق لمفهوم الجمهور النشط، إذ أن هذا المفهوم قد يأخذ أشكالا أخرى من المفاهيم و المعاني، كالمصلحة أي الإستخدام من خلال الدوافع.

¹ باسم عبد الرحمان ، مرجع سابق، ص 72.

² رضا عبد الواحد أمين ، مرجع سابق ، ص 69.

- هناك مبالغة بشأن العلاقة الفردية بين محتوى الوسيلة الإعلامية وبين الدوافع الجمهور أدت إلى الإدعاء بأن أي نوع من المحتوى يخدم أي نوع من الإشباع.
- يرى دينيس ماكويل أن بحوث الاستخدامات و الإشباع يمكن أن تتخذ نتائجها كذريعة لإنتاج المحتوى الإعلامي الهابط و خاصة المواد الترفيهية و مضامين التسلية على حساب المحتوى الجاد و الأساسي.

إن نظريات الاستخدامات و الإشباع من أفضل النظريات التي يمكن من خلالها تغيير الدوافع و تلبية الحاجات فهي تركز على مفهوم الجمهور النشط الذي يختار الوسيلة التي تحقق له اشباعاته ، لذلك قمنا بإتخاذها كخلفية نظرية لخدمة أهداف دراستنا بغية معرفة إذا كانت هذه الوسائل تحقق الإشباع الموجودة منها أم لا .

و الذي يمكن القول أن توجه الجمهور لوسائل الإعلام الجهوية كالإذاعة غير مبرر، بل أنه فعل يمكن تفسير دوافعه من قبل المستخدم نفسه و توظيف شبكات التواصل الاجتماعي لموقع فيس بوك داخل المؤسسات الإعلامية في الإذاعة ، يعد دافعا رئيسيا تدعوا إليه هذه النظرية و المتمثل في أن الدافع لذلك هو الحاجة إلى الإشباع و الحاجة لها تأثير في توجيه السلوك¹.

7-فرضيات الدراسة:

تعتبر الفرضيات أساسية في البحث العلمي فنحن لا نستطيع التقدم في بحثنا ما لم نبدأ بتفسير مقترح ، أو حل للصعوبة التي تواجهنا ، والتي من أجلها تقوم الدراسة .

وتعرف الفرضية بأنها «هي حلول مقترحة يضعها الباحث لحل مشكلة البحث أو لتفسير الحقائق أو أنواع السلوك التي تجري مشاهدتها ولم تتحايد بعد عن طريق الحقائق العلمية ، وهي إجابة محتملة لأسئلة البحث وتمثل الفروض علاقة بين متغير مستقل ومتغير تابع²».

إذ تلعب الفرضيات دورا أساسيا في توجيه البحث وأبعاده عن العموميات والتشتت وذلك بالتركيز على قضايا محددة ، يتضمنها ذلك التفسير المقترح للمشكلة التي واجهت الباحث ، وعلى هذا الأساس قمنا بصياغة الفرضيات الآتية:

¹ رضا عبد الواحد أمين ، مرجع سابق ، ص 70.

² حسين محمود جواد الجبوري، منهجية البحث العلمي "مدخل لبناء المهارات" ، ط1، دار صفاء للنشر و التوزيع، عمان، 2012، ص 91.

الفرضية العامة : توظف حصة إسقاطات شبكات التواصل الاجتماعي.

الفرضية الأولى : وجود تفاعل الجمهور مع حصة إسقاطات غير صفحتها.

الفرضية الثانية : يساهم توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في التطوير والارتقاء بمستوى أداء خدمة حصة إسقاطات.

الفرضية الثالثة : يعتمد نجاح حصة إسقاطات على حسن توظيف شبكات التواصل الاجتماعي لتحقيق أهداف الحصة المرجوة .

II . الإجراءات المنهجية :

1- مجالات الدراسة :

تتمثل مجالات دراستنا في :

المجال المكاني : أجريت الدراسة على صفحة الفيسبوك الخاصة بحصة إسقاطات بإذاعة قامة.

المجال الزماني: والتي كان خلال السنة الدراسية 2016/2015 حيث دامت مدة الجانب النظري بداية من شهر أبريل إلى غاية 14 جوان 2016 حيث قمنا في الجانب التطبيقي إلى تحليل المضمون لصفحة الفايس بوك لحصة إسقاطات بإذاعة قامة لنصل إلى النتائج النهائية والتي تجيب عن تساؤلات الدراسة.

منهج الدراسة :

يعتبر المنهج ضروري في أي بحث علمي ، لأنه الطريق الذي يستعين به الباحث في كل مراحل دراسته بغية الوصول إلى نتائج علمية موضوعية يمكن تعميمها مستقبلا ، فهو أسلوب لتفكير والعمل يعتمد على الباحث في تنظيم أفكاره وتحليلها وعرضها وبالتالي الوصول إلى نتائج وحقائق معقولة حول ظاهرة موضوع الدراسة.¹

وبما أن هذه الدراسة تهدف إلى التعرف على مدى إستخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الحصص الإذاعية "فيس بوك" فإنها تندرج ضمن الدراسات الوصفية و المنهج الملائم لهذا النوع من الدراسات هو منهج

¹ مصطفى حميد الطائي، مناهج البحث العلمية وتطبيقاته في الإعلام و العلوم الإجتماعية، ط1، دار الوفاء لدنيا الطباعة و النشر، الإسكندرية، 2006، ص 106.

المسح الشامل الذي يعرف بأنه منهج علمي منظم يهدف إلى جمع المعلومات و البيانات.¹

2- مجتمع الدراسة :

كي تكون الدراسة دقيقة ولكي نصل الى نتائج واقعية لا بد من تحديد المجتمع الاصلي للدراسة تحديدا دقيقا وواضحا، فمجتمع دراستنا هو موقع صفحة حصة اسقاطات باذاعة قالملة الجهوية .

عينة الدراسة:

لعل من أهم المشاكل التي يواجهها الباحث في إختيار العينة للبحث العلمي هذه الأخيرة لها جانب كبير من الأهمية لأن عليها تتوقف أمور كثيرة، إذ تتوقف كل القياسات و النتائج التي يخرج بها الباحث في دراسته، فتعرف العينة بأنها عبارة عن مجتمع الدراسة الذي تجمع منه البيانات الميدانية وتعتبر الجزء من الكل أي بنسبة معينة من أفراد المجتمع الأصلي، ثم تعمم نتائج الدراسة على المجتمع كله.²

لقد إعتدنا في دراستنا على العينة القصدية حيث تم إختيار مجموعة من الحصص قدرت بعشرة حصص حيث إختارناهم على أساس نسبة التعليقات و الإعجاب، فتعرف العينة القصدية بأنها يقوم الباحث باختيار مفرداتها بطريقة تحكمية لا مجال فيها للصدفة بل يقوم بها شخصيا باقتناء المفردات الممثلة أكثر من غيرها لما يبحث عنه من معلومات أو بيانات.

3- أدوات جمع البيانات:

تعد مرحلة جمع البيانات والمعلومات من المراحل الاساسية عند اجراء البحث العلمي ولا بد أن يختارها الباحث الإنجاز ببحثه ، ومن بين الادوات التي إستخدمناها في دراستنا :

الملاحظة: تعتبر احدى ادوات جمع البيانات التي تسمح للباحث بمشاهدة ومراقبة سلوك أو ظاهرة معينة ، وتجميع أكبر قدر من المعلومات حول البيئة التي فيها الظاهرة بغرض الحصول على أدق المعلومات .³

¹ بلقاسم سلاطينية و حسن الجليلي، منهجية البحث في العلوم الإجتماعية ، دار الهدى ، الجزائر، ص 168.

² مروان عبد المجيد إبراهيم، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية ، ط1، مؤسسة الورق ، 2000، ص 157.

³ الصديق بخوش ، منهجية البحث العلمي، ط2، دار قرطبة للنشر و التوزيع، 2012، ص 70.

المقابلة :

عرفها موريس أنجرس على أنها : "تقنية مباشرة لتقصي العلمي تستعمل إزاء المجموعات من أجل إستجوابهم بطريقة موجهة"¹.

وقد إعتمدنا على المقابلة التي تركز أكثر على جمع أكبر قدر ممكن من المعلومات والبيانات .

¹ موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية ، ترجمة بوزيد محراوي و آخرون، دار القصة ، الجزائر، 2006، ص 197.

الفصل الثاني

ماهية مواقع التواصل

الاجتماعي

الفصل الثاني: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي:

تمهيد:

المبحث الأول: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي.

المطلب الأول: تعريف مواقع التواصل الاجتماعي.

المطلب الثاني: نشأة مواقع الشبكات الاجتماعية.

المطلب الثالث: خصائص ومميزات الشبكات الاجتماعية.

المطلب الرابع: أنواع الشبكات الاجتماعية .

المطلب الخامس: أهم مواقع التواصل الاجتماعي.

المطلب السادس: إيجابيات وسلبيات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

المطلب السابع: شبكات التواصل الاجتماعي صعوبات وتحديات .

المبحث الثاني: موقع الفاييس بوك.

المطلب الأول: تعريف الفيس بوك.

المطلب الثاني: نشأة موقع الفاييس بوك.

المطلب الثالث: سيمات موقع الفاييس بوك .

المطلب الرابع: إيجابيات الفاييس بوك.

المطلب الخامس: سلبيات الفاييس بوك .

المطلب السادس: إحصائيات حول موقع الفاييس بوك.

خلاصة الفصل

تمهيد:

شهد العالم في السنوات الأخيرة نوعا من التواصل الاجتماعي بين البشر في فضاء الكتروني افتراضي قرب المسافات بين الشعوب و الغى الحدود و زواج بين الثقافات وبهذا تعددت مواقع التواصل الاجتماعي حيث استطاعت هذه المواقع ان تجدها مكانا مميزا في ظل وجود وسائل الاتصال المختلفة وقد لعبت العديد من الأحداث السياسية و الاقتصادية و الاجتماعية و الثقافية و الطبيعية في العالم دورا بارزا في التعريف بهذه المواقع.

وبالمقابل كان الفضل أيضا لهذه المواقع في إيصال الأخبار السريعة و الرسائل النصية و مقاطع الفيديو عن تلك الأحداث الأمر الذي ساعد في شهرة و انتشار هذه المواقع و أهمها الفيس بوك الذي يعتبر من أكبر مواقع الانترنت هذه الأيام.

المبحث الأول: مفهوم موقع التواصل الاجتماعي:

المطلب الأول: تعريف مواقع التواصل الاجتماعي:

" هي مواقع الانترنت التي يمكن للمستخدمين -Social media web- : مواقع التواصل الاجتماعي المشاركة و المساهمة في إنشاء او إضافة صفحاتها و بسهولة.¹"

- و تعرف على أنها "فيها يجتمع الأفراد ذو الاهتمامات المشتركة وتبادل الأفكار و المعلومات ، ويتصلون مع بعضهم و يدرشون وينشرون الأخبار التي تم مجتمعاتهم ، وقد يكون المجتمع طائفا او دينيا او حتى علميا."²

- يعرفها محمد عواد بأنها "تركيبة اجتماعية الكترونية تتم صناعتها من أفراد أو جماعات أو مؤسسات وتتم تسمية الجزء التكويني الأساسي (مثل الفرد الواحد) باسم (العهد NODE) ، بحيث يتم إيصال هذه العقد بأنواع مختلفة ، مثل العلاقات كتشجيع فريق معين أو الانتماء لشركة ما او حمل جنسية لبلد في هذا العالم وقد تصل هذه العلاقات لدرجات أكثر عمقا كطبيعة الوضع الاجتماعي او المعتقدات او الطبقة التي ينتمي اليها الشخص."³

- وتعرف كذلك "هي عبارة عن مواقع على شبكة الانترنت توفر لمستخدميها فرصة للحوار وتبادل المعلومات والآراء و الافكار و المشكلات من خلال الملفات الشخصية والصور وغرف الدردشة".⁴

المطلب الثاني نشأة مواقع الشبكات الاجتماعية:

بدأت مجموعة من الشبكات الاجتماعية في الظهور أواخر التسعينيات مثل Classmates عام 1995 لربط زملاء الدراسة وموقع SIXDEGREES.COM عام 1997 وركز ذلك الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص ، و ظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة إرسال الرسائل الخطية الى

¹ خالد حسان يوسف المقداوي، ثورة الشبكات الاجتماعية ، دار النفائس، ط1، عمان، 2013، ص 24.

² عباس مصطفى صادق، مرجع سبق ذكره، ص 100.

³ محمد المنصوري، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور الناقلين (دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية الإلكترونية) "العربية نموذجاً"، رسالة ماجستير في الإعلام و الإتصال الأكاديمية العربية، الدانمارك، 2012، ص 25.

⁴ عبد الكريم علي الديسي وزهير ياسين الطاهات، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية، دراسات العلوم الإنسانية الاجتماعية، المجلد 40، العدد 01، 2013، ص 70.

مجموعة من الأصدقاء ، وبالرغم من توفير المواقع لخدمات مشابهة لما توجد في الشبكات الاجتماعية الحالية إلا أن تلك المواقع لم تستطع ان تدر ربحا مالمكيها وتم إغلاقها¹.

خلال سنوات التسعينيات راجت صناعة المواقع التي تقوم على تزويد مستخدميها بما يبحثون عنه من محتويات عبر شبكة بث مكونة من موقع انترنيت مرسله وعدد كبير من الملايين من متصفحات الانترنيت حول العالم تستقبل هذا النت ، وبعد ذلك وبالتدريج استطاع مطور الانترنيت ان يستخدموا متصفحات الانترنيت للإرسال و استقبال البيانات في نفس الوقت بدلا من دورها الأصلي كمستقبل أعمى للبيانات بداية تطبيقات البريد الالكتروني، الدردشة، ومنتديات الحوار وإهاء بالطبقات الالكترونية الأكثر حداثة و ثورية مثل موسوعة الويكيبيديا، وقد كانت هذه القفزة في تغيير طريقة التعامل مع متصفحات الانترنيت هي البداية الحقيقية لما يعرف بتطبيقات الويب 2.0.²

المبدأ الذي يوفره الجيل الجديد من الويب 2.0 هو مشاركة المستخدمين في محتويات المواقع ،حيث يقومون بابتكار محتوياتها أو تعديلها وهذا ما أنتج أكثر مواقع شعبية على الانترنيت، ولذا فان أي شخص يريد أن يكون جزءا من شبكة اجتماعية عبر الانترنيت يستطيع تحقيق ذلك عبر هذا الويب .

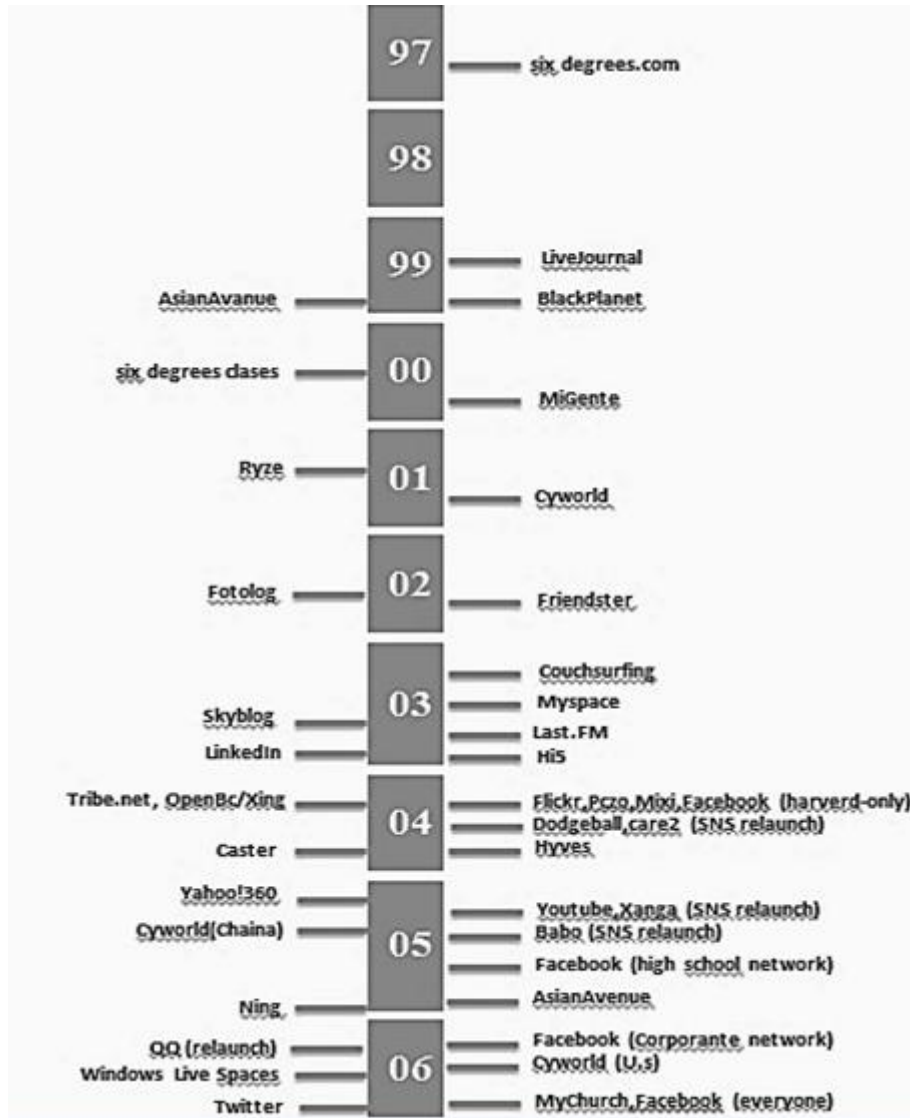
ومن سنة 1997 إلى سنة 2001 بدأت هذه الأدوات الاجتماعية تتزايد بأشكال متعددة و تركيبات متنوعة فيما يتعلق بالصفحات الشخصية مع التوضيح العلني لقائمة الأصدقاء فظهر MiGenie, Asianavenue, Black planet، التي تسمح للمستخدمين بخلق صفحات شخصية و مهنية تحدد هوية الأصدقاء دون الموافقة ، وجسد ملامح مواقع الشبكات الاجتماعية عام 2001 حيث تضمن قائمة الأصدقاء وخدمة تدوين المذكرات وغيرها، ولكن الميلاد الفعلي للشبكات الاجتماعية كما نعرفها اليوم كان سنة 2002 مع بداية العام ظهرت friendster التي حققت نجاحا دفع جوجل إلى محاولة شرائها سنة 2003 ، لكن لم يتم التوافق على شروط الاستحواذ، وتوالت بعد ذلك الشبكات الاجتماعية في الظهور حيث ظهر Myspace, Facebook, twitter، وغيرها من مواقع الشبكات الاجتماعية في التنوع و التطور.³

¹ ماهر عودت الشمالية و آخرون، الإعلام الرقمي الجديد، ط1، دار الإعصار العلمي للنشر و التوزيع، عمان ، الأردن، 2015، ص 201.

² وائل مبارك خضر فضل الله، أثر الفاييس بوك على المجتمع، فهرسة المكتبة الوطنية اثناء النشر، الخرطوم، السودان، ط1، 2011 ص 07.

³ مرجع نفسه، ص 202.

الشكل رقم (02): بين التطور الزمني لمواقع الشبكات الإجتماعية¹



المطلب الثالث : خصائص و مميزات الشبكات الاجتماعية :

1-الخصائص :

الشبكات الاجتماعية هي المواقع الالكترونية التي تتمتع بالخصائص الفريدة بها التالية¹:

- المشاركة **Participation**: وسائل المواقع الاجتماعية تشجع المساهمات وردود الفعل من الأشخاص المهتمين ،حيث إنها تطمس الخط الفاصل بين وسائل الإعلام والجمهور.
- الانفتاح **opness**: معظم وسائل الإعلام عبر مواقع التواصل الاجتماعي تقدم خدمات مفتوحة لردود الفعل و المشاركة أو الإنشاء و التعديل على الصفحات ،حيث إنها تشجع التصويت والتعليقات وتبادل المعلومات، بل نادرا ما توجد أية حواجز أمام الوصول و الاستفادة من المحتوى.
- المحادثة **conversation**: حيث تتميز مواقع التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام الاجتماعية عن التقليدية من خلال إتاحتها للمحادثة في اتجاهين، أي المشاركة و التفاعل مع الحدث أو الخبر أو المعلومة المعروضة .
- المجتمع **community**: وسائل الإعلام الاجتماعية تسمح للمجتمعات الجهوية لتشكيل مواقعها الخاصة بسرعة والتواصل بشكل فعال ،ومن ثم ترتبط تلك المجتمعات في العالم اجمع حول مصالح أو اهتمامات مشتركة مثل حب التصوير الفوتوغرافي ،أو قضية سياسية أو للتعلم ، ويصبح العالم بالفعل قرية صغيرة تحوي مجتمعا إلكترونيا متقاربا.
- الترابط: تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بأنها عبارة عن شبكة اجتماعية مترابطة بعضها مع بعض، وذلك عبر الوصلات والروابط التي توفرها صفحات تلك المواقع والتي تربطك بمواقع أخرى للتواصل الاجتماعي أيضا، مثلا خبر ما على مدونة يعجبك فترسله الى معارفك على فيس بوك وهكذا مما يسهل ويسرع من عملية انتقال المعلومات.

¹ خالد غسان يوسف المقداوي، مرجع سبق ذكره، ص 50.

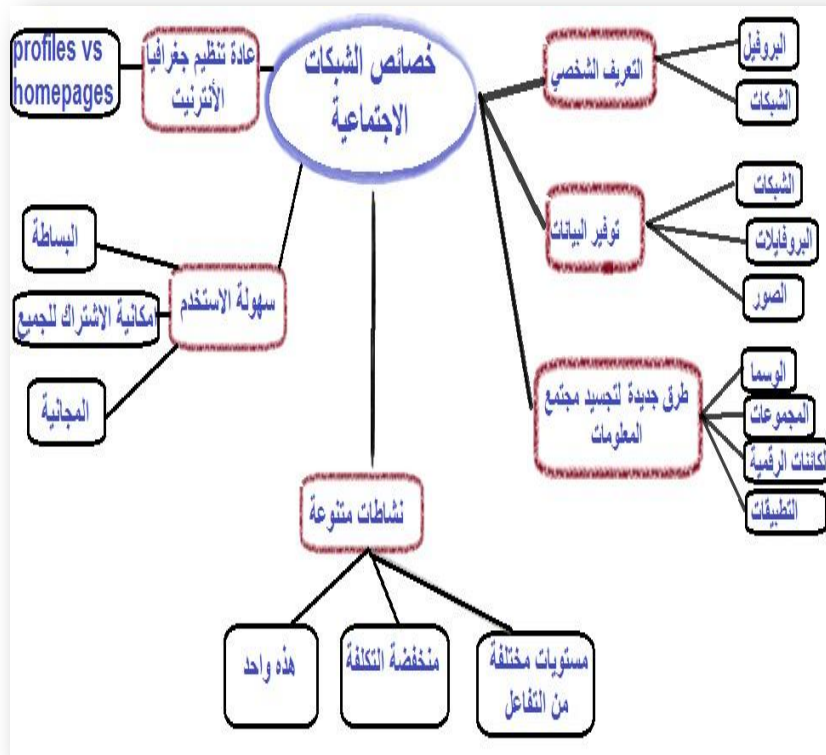
ومن بين خصائص مواقع الشبكات الاجتماعية أيضا¹:

- تشمل هذه الشبكات على مجموعة غير متوقعة من المشاركين .
- يتبادل الأعضاء عدد غير منظم من المعلومات.
- كل الأعضاء يعملون على تطوير الحاجة إلى المعلومات .

وبسبب الطبيعة الديناميكية للشبكات الاجتماعية على الانترنت استطاعت هذه المواقع ان تحافظ على تطور المشتركين وكذا محتوى المعلومات .

إن اخذ كل هذه الخصائص معا يجعلنا نلاحظ التغيير الكبير في الأشخاص للأترنت وطريقة تنظيم اتصالاتهم وفقا للبيئات الاجتماعية المختلفة ،ويبدو جليا أن الشبكات الاجتماعية أثرت بشكل كبير وأدت إلى تشكيل طريق جديد للاتصال الشخصي وكذا كيفية تسيير الاتصالات الاجتماعية .

الشكل رقم (03): يوضح خصائص الشبكات الإجتماعية



¹ تاريخ الزيارة: 2016/05/15 ، 19.30 ، <http://www.tech-wd.com/wd>

ب_المميزات:

تتميز الشبكات الاجتماعية بعدة مميزات كما يلي¹ :

❖ **العالمية:** حيث تلغي الحواجز الجغرافية والمكانية وتتحطم فيها الحدود الدولية حيث يستطيع الفرد في الشرق التواصل مع الفرد في الغرب، ببساطة وسهولة .

❖ **التفاعلية:** فالفرد فيها كما انه مستقبل وقارئ فهو مرسل وكاتب ومشارك فهي تلغي السلبية في الاعلام القديم وتعطي حيز المشاركة والتفاعلية من المشاهد والقارئ.

❖ **التنوع وتعدد الاستعمالات:** يستخدمها الطالب للتعلم، والعالم لبث علمه والكاتب للتواصل مع القراء... وهكذا.

❖ **سهولة الاستخدام:** فالشبكات الاجتماعية تستخدم بالإضافة للحروف وبساطة اللغة، تستخدم الرموز و الصور التي تسهل للمستخدم التفاعل.

❖ **التوفير و الاقتصادية:** اقتصادية في الجهد و الوقت و المال، في ظل مجانية الاشتراك و التسجيل، فالفرد البسيط يستطيع امتلاك حيز على الشبكة للتواصل الاجتماعي، وليس ذلك حكرا على أصحاب الأموال أو حكرا على جماعة دون أخرى.

تتيح هذه الشبكات إمكانية لمستخدميها بإرفاق الملفات و الكتابة حول مواضيع محددة و معينة، تضم المشتركين الآخرين في نفس الصفحة وتخدم مصالحهم المشتركة ففي كل المواقع الاجتماعية تتوفر إمكانية التعليق على المواضيع المطروحة فيها، وهذا ما يدفع زائري تلك الشبكات للمشاركة بعد التعريف بأنفسهم وكتابة شيء عنهم كالمهنة و الاختصاص و الاهتمام .

ويطرح Keen anderew في كتابته **The cult of amateur** العديد من الأسئلة منها:

¹ سلطان مصفر الصاعدي، شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، رسالة ماجستير في الإعلام و الإتصال ، كلية الآداب و التربية، جامعة دانمارك، 2012، ص 80.

هل وسائل الإعلام الاجتماعية الجديدة هي طريقة ناجعة تساعد العالم على النمو والتقدم؟ أو أنها وسيلة لتدمير اقتصادنا و ثقافتنا وقيمنا؟ وهل حقاً وسائل الإعلام الاجتماعية دمرتنا؟.

ويخلص الباحث إلى أن المواقع الاجتماعية تساعد متصفحها على إنشاء صداقات جديدة وتكوين علاقات في مجالات عديدة بتبادل الأخبار والمعلومات وتطور الأحداث الطبيعية وان هذه المواقع هي نتاج للثورة التكنولوجية وهذا ما يميزها على غيرها من المواقع.¹

المطلب الرابع: أنواع الشبكات الاجتماعية

ويمكن تقسيمها إلى² :

1-نوع أساسي:

وهذا النوع يتكون من ملفات شخصية للمستخدمين وخدمات عامة مثل المراسلات الشخصية ومشاركة الصور والملفات الصوتية والمرئية والروابط والنصوص والمعلومات بناء على تصنيفات محددة مرتبطة بالدراسة أو العمل أو النطاق الجغرافي مثل موقع فيس بوك وماي سبيس.

2-شبكات بمميزات إضافية:

هناك بعض الشبكات الاجتماعية توفر مميزات أخرى مثل التدوين المصغر **Micro bogging** مثل موقع تويتر و بلارك والشبكات الجغرافية مثل موقع برايت كايت.

3-شبكات شخصية:

وهنا يتواجد شخص فقط لتبادل معلوماته الشخصية مع أصدقاءه ومثال على ذلك موقع **nearline** الذي يتيح طرح ونشر الأحداث والمناسبات الاجتماعية وربطها بالزمان وكذلك موقع **Tributes** والذي يعد فريداً من نوعه فهو شبكة اجتماعية خاصة بالأصوات .

¹ محمد المنصور، مرجع سبق ذكره، ص 65.

² بسمة اللدعة وندي الخزنداري، إستخدامات الشبكات الاجتماعية في الإعلام، بحث مقدم لإستكمال متطلبات درجة الماجستير في الصحافة والإعلام، الجامعة الإسلامية، غزة، 2011، ص 38.

4-شبكات مهنية:

هو من أنواع الشبكات الاجتماعية الأكثر أهمية فهي تربط أصدقاء العمل وأصحاب الأعمال والشركات وكذلك هي تتضمن ملفات شخصية للمستخدمين تحتوي على سيرتهم الذاتية وما قاموا به في سنوات دراستهم وعملهم ومن أشهرها موقع **linkedin** الذي يعد مقر العديد من شركات التوظيف .

5-شبكات ثقافية :

وتعد ثورة معلوماتية حيث تستقطب مثقفين من كل انحاء العالم ، ومثال على ذلك **iMedix** وهو خاص بكل شخص يرد الحديث عن الصحة.

أما محمد حسن فقد صنفها الى صنفين رئيسيين :

الصنف الأول:

وهي المواقع الاجتماعية الشخصية وهي الاكثر شهرة وانتشارا و تحديما مثل: **Twitter, Facebook, Myspace**.

الصنف الثاني :

وهي المواقع الاجتماعية ذات التوجه المؤسسي وأشهرها هو موقع **LinkedIn** تقدم هذه المواقع عادة نفس خدمات المواقع الاجتماعية الشخصية، ويضاف إليها بعض الخدمات التي تهم الشركات وأمور التوظيف وتبادل الخبرات العلمية ،بحيث نجد أن معظم مستخدمي هذه المواقع من الشركات أو من يمثلها أو من الأشخاص ذوي الاهتمام بأمور الأعمال .

المطلب الخامس: أهم مواقع التواصل الاجتماعي

1-فيس بوك: Facebook

أكبر مواقع الشبكات الاجتماعية من ناحية سرعة الانتشار و التوسع ، قيمته السوقية عالية وتنافس على ضمه كبريات الشركات ،نقطة القوة الأساسية في الفيس بوك هي التطبيقات التي أتاحت الشبكة فيها

للمبرمجين من مختلف أنحاء العالم برمجة تطبيقاتهم المختلفة وإضافتها للموقع الأساسي.¹

2- ماي سبايس Myspace:

موقع يقدم خدمات الشبكات الاجتماعية على الويب تقدم شبكة تفاعلية بين الأصدقاء المسجلين في الخدمة بالإضافة الى خدمات أخرى كالمدونات ونشر الصور والموسيقى ومقاطع الفيديو والمجموعات البريدية وملفات المواصفات الشخصية للأعضاء المسجلين وطبقا لموقع اليكسا انترنت يعد الموقع ماي سبيس هو سادس أكثر مواقع الويب².

3- اوركت Orkut:

موقع اوركت هو احد منتجات غوغل على غرار فيس بوك بحيث يتمتع هذا الموقع بالعديد من المميزات التكنولوجية الحديثة مثل الدردشة بالصوت والصورة والكاميرا وإرسال الرسائل القصيرة ومتابعة أخبار الأصدقاء والأقارب وإدراج الصور الخاص بك، وأفضل ما يميز هذا الموقع هو الربط بين اليوتيوب وفيس بوك وتويتر وأيضا التنقل ومشاركة كل منتجات Google الخدمية.

4_هاي Hi5:

هاي فايف موقع ويب وشبكة اجتماعية امريكي اسس في عام 2003 ، حيث بإمكان المستخدمين عمل صفحة خاصة بهم على الموقع وإضافة الصور والموسيقى بالإضافة الى توفير خدمة العاب الاولين .

5-لنكدان LinkedIn:

هو واحد من انجح المواقع التي بدأت تصل الى العالمية كما انه عبارة عن شبكة اجتماعية للمهنيين الذين يريدون ان تزدهر حياتهم المهنية يسمح بإجراء شبكة اتصالات.³

¹ ماهر عودة الشمالية و آخرون، مرجع سبق ذكره، ص 203.

² تاريخ الزيارة: 2016/05/20 15.00: <http://mayspace.com/sionim>

³ تاريخ الزيارة: 2016/05/20 16.00: <http://www.hi5.com>

6- تويتر : Twitter

هو موقع من مواقع الشبكات الاجتماعية يقدم خدمة تدوين مصغر، وهو تدوين يسمح بعدد محدود من المدخلات بحد أقصى مائة وأربعين حرفاً فقط للرسالة الواحدة، ويمكن إرسال هذه التحديثات مباشرة من تويتر أو على شكل رسائل SMS وهي رسائل نصية مختصرة ترسل عن طريق الهاتف النقال .

ظهر موقع تويتر عام 2006 كمشروع بحثي قامت به شركة Obvious الأمريكية، ثم أطلق رسمياً للمستخدمين في نفس العام.

ولهذا الموقع مميزات عديدة منها :

أنه يتسم بالسرعة الكبيرة في نقل المعلومات والأخبار العاجلة أولاً باول وفور وقوعها بتصميم بسيط ومختصر، حيث يستخدم لأغراض عديدة منها الحديث عن الحياة و الجوانب الشخصية للمستخدم والتواصل مع الآخرين، وإرسال الرسائل القصيرة مجاناً والمتابعة المستمرة و الأحداث المختلفة¹.

7- يوتيوب : You tube

موقع متاح للعموم على شبكة الانترنت لمشاركة ملفات الفيديو، يمكن مستخدميه من تحميل ومشاهدة اللقطات المصورة بل والتعليق عليها كتابة، بالإضافة إلى فرصة المشاركة في قرار إزالة الملفات غير المرغوب فيها وقد تم إنشاؤه عام 2005 بوصفه موقعاً شخصياً لمشاركة مجموعة من الأصدقاء بعض ملفات الفيديو، ثم جرى تحويله إلى موقع محترف تديره شركة تحمل الاسم نفسه في نوفمبر من عام 2005، وبالإضافة إلى الملفات العامة يتيح الموقع تصنيف بعض موادّه إلى قنوات تخص أنماط محددة، مثل قنوات الكوميديا، الموسيقى و النشاطات الخيرية، الأخبار الدولية و الجهوية².

يتوفر اليوتيوب بـ(43) لغة حول العالم، وهذا يرجع لما يتميز به من خصائص كالسرعة، المجانية التفاعلية والتي تمكنه من العمل مع مواقع وسائط اجتماعية أخرى كالفيس بوك أو مدونات من خلال تضمين ملفات فيديو يوتيوب داخلها وذلك لوجود خيار تبادل ملفات فيديو يتيح المجال لأصدقاء مستخدم فيس بوك

¹ تاريخ الزيارة: 2016/05/21 15.00: <http://www.askmost.com>

² عباس مصطفى صادق، مرجع سبق ذكره، ص 56.

مشاهدتها، وكذلك يمكن إنشاء رابط لتضمين ملفات الفيديو وفي حال وضع هذا الرابط في مدونة أو موقع اخر، يمكن مشاهدة هذا الفيديو منه ،وقد لوحظ إن مدونات المؤسسات الإعلامية الضخمة ومحطات التلفزة و الفضائيات وقامت بإنشاء قناة خاصة بهم على موقع يوتيوب تمكن الجماهير الخارجية من التعرف عليها والتفاعل مع محتواها¹.

الجدول رقم (01): يبين شبكات التواصل الاجتماعي الأكثر انتشارا في العالم²

الرقم :	شبكة التواصل الاجتماعي:	عدد المستخدمين / مليون
1	الفييس بوك	750
2	تويتر	250
3	لينكد ان	110
4	ماي سبيس	70.5
5	غوغل +	65
6	ديفانت ارت	25.5
7	لايف جورنال	20.5
8	تاكيد	19.5
9	أوركت	17.5
10	كافيه موم	12.5
11	نينك	12
12	ميت أب	7.5
13	ماي لايف	5.4
14	ماي يربوك	3
15	بادوو	2.5

¹ حمدي محمد الفاتح، إستخدامات تكنولوجيا الإعلام و الاتصال الحديث و انعكاساتها على قيم الشباب، رسالة ماجستير ، كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية، الجزائر، 2008، ص 130.

² top 15 most popular social networking sites, ebizmbaravk.february 2016 تاريخ الزيارة: 2016/05/15، 13:45

المطلب السادس: إيجابيات و سلبيات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي :

أ-الإيجابيات :

❖ الاستخدامات الاتصالية الشخصية :

وهي الاستخدام الأكثر شيوعا ولعل الشرارة الأولى للشبكات الاجتماعية اليوم كانت بهدف التواصل الشخصي بين الأصدقاء في منطقة معينة أو مجتمع معين، وهذا الهدف موجود حتى الآن برغم تطور الشبكات الاجتماعية على مستوى الخدمات وعلى مستوى التقنيات و البرمجيات.

ويمكن من خلال الشبكات الاجتماعية تبادل المعلومات و الملفات الخاصة و الصور و مقاطع الفيديو.

❖ الاستخدامات التعليمية:

إن الدور الذي تلعبه الشبكات الاجتماعية في تطوير التعليم الإلكتروني حيث تعمل على إضافة الجانب الاجتماعي له، والمشاركة من كل الأطراف في منظومة التعليم بداية من مدير المدرسة و المعلم وأولياء الأمور و عدم الاقتصار على التركيز على تقديم المقرر للطلاب .
فإستخدام الشبكات الاجتماعية يزيد فرص التواصل والاتصال في خارج نطاق المدارس، ويكسر حاجز الوقت فيمكن التواصل خارج وقت الدراسة .

❖ الاستخدامات الإخبارية:

أصبحت الشبكات الاجتماعية مصدرا من مصادر الأخبار لكثير من روادها، وهي أخبار تتميز بأنها من مصدرها الأول وبصياغة فردية حرة غالبا، لا إحترافية لإستخدامات مختلفة سياسية أو دعائية.
وقد تميزت المدونات الخاصة بإستقطاب الباحثين عن الأخبار، و مواقع الأخبار المتخصصة، وقنوات إخبارية كبيرة في أحداث مختلفة سابقا وكان لأصحابها التأثير الكبير في نقل الأخبار الصحيحة للرأي العام.¹

ب-سلبيات الشبكات الاجتماعية:

يمكن إيجازها فيما يلي :

¹ حمزة أبو شنب، مقال بعنوان تقنيات التواصل الاجتماعي، الإستخدامات و المميزات، تاريخ الزيارة: 2016/04/22، 15:30

- ✓ إدمان الجلوس عليها مما يعطل الكثير من الاعمال.
- ✓ نشره لأفكار مثل ترويج العنف والمشاركة فيه والجنس.
- ✓ التعرض للجرائم الالكترونية كما أخبر بذلك موقع كاسبرسكي الذي رصد أكثر من 43 ألف ملف خبيث عام 2008 تم نشرها عبر الشبكات الإجتماعية مثل فيس بوك.
- ✓ فتور الحس الأخلاقي كما ورد في دراسة أجرتها جامعة ساوثرن كاليفورنيا في الولايات المتحدة الأمريكية وذلك نتيجة للكمية الهائلة من المعلومات مليئة بالدمار و العنف التي من شأنها ان تعود الناس على مشاهد الألم و العذاب عند البشر, مما يجعله أمرا مألوفا.
- ✓ ظهور لغة جديدة بين الشباب كما أخبر بذلك الدكتور علي صلاح محمود من خلال دراسته أن حروف اللغة العربية تحولت إلى رموز وأرقام.

سرقة الهوية و الإحتيال بإعتبارها من المخاوف المزعجة التي تسببها مواقع الشبكات الإجتماعية والكثير من المعلومات الشخصية بحيث يمكن استخدامها كأدوات أنشطة غير مشروعة.¹

المطلب السابع: شبكات التواصل الاجتماعي الصعوبات والتحديات:

رغم الخدمات الكبيرة التي قدمتها شبكات التواصل الإجتماعي إلا أنها تواجه عدد من الصعوبات والتحديات منها:²

1- ضعف الإنتاجية:

إعتاد الناس على إستخدام الأدوات الإلكترونية لتنظيم وتوسيع حياتهم الإجتماعية، ولكن ذلك يكون أحيانا على حساب الإنتاجية و العمل لذلك فهي ليست مرغوبة عند أرباب العمل.

2- صعوبة المغادرة:

بالرغم من وجود خيارات الحذف في شبكات التواصل الاجتماعي إلا أن كثيرا من المستخدمين إكتشفوا أنه

¹ عبد الكريم علي الديبسي وزهير ياسين طاهات، مرجع سبق ذكره، ص 82.

² عبد الله ممدوح مبارك الرعود، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تونس و مصر، رسالة مقدمة للحصول على درجة ماجستير، في علوم الإعلام و الإتصال، كلية الإعلام، جامعة الشرق الاوسط، 2011-2012، ص 50.

من المستحيل ازالة أنفسهم بشكل كامل من الفيس بوك مثلا، وهو ما ولد قلقا لدى البعض بشأن استخدام الشبكات ووضع بياناتهم الشخصية .

3- إنعدام الخصوصية وضعف الأمان:¹

يأستطاعة شبكات التواصل الاجتماعي أن تبيع معلومات المستخدم الشخصية لأي شخص والملكية الفكرية مهددة فيها، فأعمال الكثير من الفنانين والكتاب لا يعرف مصيرها، وطبيعة الإستخدام البسيط لهذه الشبكات وضعف عامل الأمن على الخصوصية، جعل من السهل على مجرمي الأترنت إختراقها.

4- إنعدام الهوية الحقيقية:

الهوية الحقيقية لا يمكن أن تعرف و تظهر إلا إذا إجتمع الشخص بالأخر، وتبقى العلاقة بين الأشخاص عبارة عن أسطورة إذا غابت عنها لغة الجسد و معرفة السلوك الشخصي مباشرة لذلك من الصعب الحصول على السلوك الكامل للمستخدم، و السمات الشخصية له من خلال التفاعل الإلكتروني.

5- الشرعية والتماثل:

فمن خلال شبكات التواصل الاجتماعي تمكنت بعض المنظمات غير الرسمية من تظليل وخداع مستخدمين الأقل حذرا بأشكال كثيرة كالنصب و الاحتيال.

6- تزييف المحتوى:

تقييم المصدقية في بيئة الأترنت غالبا ما يكون أكثر تعقيدا من محتويات وسائل الإعلام العادية، بسبب تعدد مصادر المحتويات عبر الشبكة.

7- المراقبة والحجب:

تملك الحكومات ممثلة بأجهزة إستخباراتها قدرة كبيرة على مراقبة و مواجهة تطور وسائل الإعلام، ومن ثم حجبها كما حدث في مصر مؤخرا، ويمكن أن تتحول وسائل الإعلام الإجتماعية إلى أدوات إستخباراتية قيمة تستخدمها الحكومات لجمع المعلومات.

¹ عبد الكريم علي دبسي وزهير ياسين الطاهات، مرجع سبق ذكره ، ص 85.

المبحث الثاني: موقع الفيس بوك

المطلب الأول: تعريف الفيس بوك

مصطلح "الفيس بوك" **facebook** " كما هو معروف في أوروبا يشير إلى دفتر ورقي يحمل صوراً ومعلومات لإفراد في جامعة معينة أو مجموعة، ومن هنا جاءت تسمية الموقع، وتعتبر هذه الطريقة شائعة لتعريف الأشخاص ببعضهم خصوصاً في الجامعات الأجنبية حتى يتصفح المنتسبون في الجامعة هذه الدفاتر لمعرفة المزيد عن الطلبة الموجودين في نفس الكلية¹.

ويعرف "قاموس الإعلام و الاتصال" **dictionary of media and communications** " الفيس بوك على انه موقع خاص بالتواصل الاجتماعي أسس عام 2004 ويتيح نشر الصفحات الخاصة **profhles** وقد وضع في البداية لخدمة طلاب الجامعة و هيئة التدريس و الموظفين ، لكنه إتسع ليشمل كل الأشخاص².

المطلب الثاني: نشأة موقع فيس بوك :

يعتبر فيس بوك اليوم أشهر شبكة إجتماعية في العالم اذ يحتل المرتبة الأولى عالمياً على عرش الشبكات الإجتماعية والمرتبة الرابعة بين أكثر المواقع زيارة على الشبكة حسب ترتيب اليسكا متفوقاً بذلك على أقرب منافسيه ماي سبيس الذي يحتل المرتبة التاسعة بين أكثر المواقع زيارة على الويب.

ففي عام 2004 أطلق **جو كويريج** موقع سماه الفيس بوك وكان لديه هدف واضح وهو تصميم موقع يجمع زملاؤه في الجامعة ويمكنهم من تبادل أخبارهم وصورهم وآرائهم ويمكنهم من التواصل بينهم بغية تعزيز العلاقات بين الطلبة والإبقاء على الروابط بينهم بعد التخرج ،وبالفعل جسد فكرته هذه التي رأته النور في 4 فبراير 2004 ومع انطلاق الموقع حقق نجاحاً كبيراً ففي غضون أسبوعين بدأ نصف التلاميذ بالمطالبة بالإنضمام لشبكة الفيس بوك³.

¹ وائل مبارك خضر فضل الله ، مرجع سبق ذكره، ص 12.

² مريم ناريمان نومار، إستخدام مواقع شبكات الإجتماعية وتأثيره في العلاقات الإجتماعية - دراسة عينة من مستخدمي موقع الفيس بوك في الجزائر-2010-2011 ص 55.

³ عبد الرزاق محمد الدليمي، الإعلام الجديد و الصحافة الإلكترونية، ط1، دار وائل للنشر و التوزيع ، عمان ، 2011، ص 285.

وجدير بالذكر انه قبل إطلاق موقع فيسبوك أطلق زوكيربرج موقع سماه فيس ماتش حيث توضع في كل صفحة من صفحاته صورتان لقناتين وتحتهما سؤال من الأكثر جاذبية ليتطور موقع فيس بوك و خصائصه من مجرد موقع لإبراز الذات والصور الشخصية إلى موقع متخصص بالتواصل ترعاه شركة فيس بوك محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها، فالمستخدمين بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم، وذلك من أجل الإتصال بالآخرين والتفاعل معهم كذلك يمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم وأيضا تحديث ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم.

وكان من الطبيعي أن يلفت النجاح السريع الذي حققه الموقع أنظار العاملين في صناعة المعلومات، فمن ناحية بات واضحا أن سوق شبكات التواصل الاجتماعي عبر الانترنت ينمو بشكل هائل لاسيما وأن موقع "فيس بوك" يستخدم الآن من قبل أكثر من 40 مليون فرد، ويسد إحتياجها ما لدى مستخدمي الانترنت خاصة من صغار السن، ومن ناحية أخرى نجح موقع Facebook في هذا المجال بشكل كبير كانت النتيجة أنه أصبح أكبر تجمع إلكتروني بشري على وجه الأرض¹.

الشكل رقم (04) يمثل صفحة الفايسبوك ورمزها²



¹ فتحي حسين عام، وسائل الإتصال الحديثة من الجريدة إلى الفاييس بوك ، ط1، العربي للنشر و التوزيع، القاهرة، 2011، ص 185.

² تاريخ الزيارة: 2016/05/05 :14 :00 ، <http://www.facebook.com>

المطلب الثالث: سمات موقع فيس بوك:

يوفر فيس بوك خدمات و تطبيقات للمشاركين تتمثل فيما يلي:

- **Wall** أو لوحة الحائط وهي عبارة عن مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم.
- **Pokes** أو النقرة التي تتيح للمستخدمين إرسال نكت إفتراضية لإثارة الإنتباه إلى بعضهم البعض وهي عبارة عن إشعار يخبر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به.
- **photos** أو الصور التي تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات و الصور من أجهزتهم إلى الموقع .
- **Status** أو الحالة التي تتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي.
- **News feed** أو التعددية الإخبارية التي تظهر على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين حيث تقوم بتمييز بعض البيانات مثل التغييرات التي تحدث في الملف الشخصي¹.
- **Gifts** أو الهدايا التي تتيح للمستخدمين إرسال هدايا افتراضية إلى أصدقائهم تظهر على الملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم بإستقبال الهدية.
- **Marketplace** أو السوق الذي يتيح للمستخدمين نشر إعلانية مجانية، وفي جويلية 2008 قدم الفيس بوك إمكانية **Facebook beta** نسخة تجريبية من الفيس بوك عبارة عن إعادة تصميم مبتكرة لواجهات الاستخدام الخاص بمستخدميه على شبكة محددة كما تم دمج سمّي **wall** و **Mini feed** وتم فصل الملفات الشخصية إلى أجزاء ذات علامات تبويب ، كما تم بذل جهد بالغ من اجل التوصل إلى شكل أكثر تنظيماً، وبعد أن كانت حرية الانتقال إلى الإصدار الجديد متاحة للمستخدمين.

إلى هذه النسخة الجديدة اعتباراً من سبتمبر 2008، وفي 11 من شهر ديسمبر في 2008 تم الإعلان عن

الفيس بوك لطريقة جديدة في تسجيل الدخول بشكل أبسط.²

¹ مدثر النور أحمد، شرح كيفية تسجيل في موقع الفيس بوك، د.ط، كلية الدراسات الحاسب الآلي ، السودان، ص 02.

² فاطمة الزهراء عماري، إستخدام القنوات التلفزيونية الإخبارية- شبكات التواصل الإجتماعي "فيس بوك"، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في ميدان العلوم الإنسانية ، كلية العلوم السياسية و الإعلام، جامعة الجزائر 03، 2012، ص 54.

المطلب الرابع: إيجابيات الفيس بوك :

يؤدي هذا الموقع خدمات إلى مستخدميه تسهل عليهم الكثير من أعمالهم وتواصلهم، ومن هذه الخدمات:¹

- إتاحة الفرصة للصدقة و التواصل بين الأعضاء المشتركين في هذا الموقع من خلال إضافة من يشاء العضو إضافتهم من الأصدقاء للتواصل معهم بعد اخذ موافقتهم، فالخيار والحرية متاحة لمن يريد أن يضيف صديق له على الموقع.

- خدمة الشركات وأصحاب الأعمال في الإعلان عن وظائف و إختيار الموظفين، كأخذ ما ينشرونه من نبذ شخصية عن أنفسهم وخبرتهم على الفيس بوك بعين الإعتبار عند البدء في إختيار من بين المتقدمين.

- يتيح فيس بوك كذلك فرصة تحميل البومات الصور بشكل أكبر وأسهل مما تتيحه المواقع الأخرى حيث يتم تحميل أكثر من مليار صورة شهريا على فيس بوك وكذلك تسجيل مقاطع الفيديو عبر عدة مصادر كالهاتف النقال و البريد الإلكتروني.

-التواصل مع مجتمعات افتراضية متخصصة في مواضيع شتى تفيد العضو في التدريب و التعليم، من هذه المجتمعات وزيادة خبراته.

-متابعة أخبار الشخصيات المشهورة في كافة المجالات كالشخصيات السياسية والاقتصادية و الفنية و العاملين في المجالات الاجتماعية و الدينية، حيث أصبح لمعظم هؤلاء حسابات على فيس بوك لمن يتواصل معهم ويرغب أن يطلع على أخبارهم و أفكارهم حول مختلف الأحداث و القضايا.

-إمكانية تثبيت أو موقع أو حيز أو صور و مقاطع فيديو يرغب العضو في الاحتفاظ بها على مواقع وإخبار و صور للرجوع إليها في أي وقت يشاء، حيث يمكن للفيس بوك أن يلعب دور المضلة في تخزين المعلومات المرغوبة.

المطلب الخامس: سلبيات فيس بوك:

الفيس بوك حاله حال الكثير من الاختراعات و التقنيات التي أثرت في حياة البشر له إيجابيات مثلما له سلبيات، ويمكن حصر هذه السلبيات في:

¹ علي خليل شقرة، الإعلام الجديد و شبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر و التوزيع، عمان، 2014، ص 68.

✓ إضاعة الوقت بمجرد دخول المستخدم الموقع حتى يبدأ بالتنقل من صفحة لأخرى ،ومن ملف لأخر ولا يدرك الساعات التي أضاعها في التعليق على صور أصدقائه في الفيس بوك يهدر الكثير من الوقت دون فائدة.

✓ الإدمان وإضعاف مهارة التواصل هي من أهم الآثار التي قد تشكل خطرا على مستخدمي الشبكة الاجتماعية فان قضاء الوقت الطويل أمام شاشة الكمبيوتر يؤدي إلى العزلة عن الواقع الأسري وعن المشاركة في الفعاليات التي يقيمها المجتمع.

✓ انتحال الشخصيات مازالت عمليات انتحال شخصيات المشاهير تضرب إطنابها بقوة في الشبكة العنكبوتية متخذة منها مكانا خصبا للتشويه و الابتزاز و الترويج الشائعات و كسب المال.

✓ الإعلانات الدعائية المزعجة ظهرت في الآونة الأخيرة منذ منتصف العام 2010 الكثير من البوستات الدعائية لكسب المال وآراء تدعوك لزيارة مكان معين وأصبحت تتكرر بطريقة مزعجة في المجموعات التي بها ما يزيد عن ألف عضو.

ومثال ذلك ما يحدث في البريد الإلكتروني عندما تقوم الشركات صاحبة الشأن بتوظيف عدد من الأشخاص مهمتهم الأولى والأخيرة إرسال رسائل دعائية للمستخدمين مستغلين موقع الفيس بوك كواحد من الوسائل المتبعة لذلك¹.

المطلب السادس: احصائيات حول موقع فيس بوك:

إن عدد مستخدمي الفيس بوك حسب تقرير الإعلام الاجتماعي العربي الذي كشف فيه أن شعبية وسائل الإعلام الاجتماعي أخذت تتزايد خلال الربع الأول من عام 2011 واتسعت منصات و قاعدة مستخدمي الفيس بوك 677 مليون مستخدم في ابريل من العام ذاته، وتجاوز عدد مستخدمي الهواتف النقالة الجواله 250 مليون مشترك كما تجاوز عدد من مستخدم تويتر 200 مليون في نهاية مارس للعام ذاته ليبلغ إجمالي عدد من التغريدات التي يرسلها هؤلاء أربعة مليارات تغريدات شهريا².

¹ وائل مبارك خضر فضل الله، مرجع سبق ذكره ، ص 24.

² تقرير الإعلام الجديد العربي كلية دبي للإدارة الحكومية، الإصدار الثاني، ماي 2011.

وهذا ما يشير إلى أن الفيس بوك نجح نجاحا كاسحا في جذب مستخدمي الانترنت بشكل كبير فلقد قدم فكرة جديدة ولم يكتفي بذلك بل سعا إلى تطويرها بشكل دائم وهذا سر تميزه (التغير نحو الأفضل دائما) وبذلك انتشر في عموم أرجاء العالم بسرعة قياسية حتى انه أصبح يحتل المرتبة الثانية بين أكثر المواقع زيارة على مستوى العالم حسب ترتيب موقع ALEXA وتدل الإحصائيات المنشورة عن الموقع على حجم الإقبال اللافت عليه في الآونة الأخيرة بعد اندلاع شرارة الثورات العربية، وتشير إحصائية صادرة مطلع عام 2012 ان عدد مستخدمي الفيس بوك تخطى 800 مليون مستخدم نشط منهم 200 مليون سجلوا خلال العام 2011 فقط ، فيما يتم تحميل 250 مليون صورة يوميا، وسيشاهد 150 فيديو متضمن في الموقع¹.

أما عن استخدام الفيس بوك في العالم العربي تشير الإحصائيات إلى أن مصر هي الأولى في الشرق الأوسط استخدما للفيس بوك حيث يضم الموقع أكثر من مليوني ونصف المليون مشترك مصري ويشكل المصريون نسبة 25.2% من مستخدمي الفيس بوك في العالم، وقد بدأ الفيس بوك في مصر بداية متواضعة ولم يكن عليه إقبال كبير وكان في بادئ الأمر هناك صفحة مخصصة لكل دولة وتسمى الشبكة من مصر فكان يجتمع فيها كل من يرغب في الاشتراك في هذه الصفحة والتي كانت تجمع رواد صفحة الشبكة فكان تجمع ضخم للغاية يضم فيه الإعلان عن أي جروبات جديدة وعن مواضيعها أو اقتراحاتها ويتلقى الشباب مع بعضهم ويتناقشوا في حوار كبير على سبق الدولة².

أما في الجزائر فقد تجاوز عدد الجزائريين المسجلين على موقع التواصل الاجتماعي فيس بوك شهر ديسمبر 2014 اربعة ملايين مستخدم بزيادة فاقت المليون مشترك مقارنة بنفس الفترة من العام 2011.

وكشفت معلومات حديثة على موقع social baker المتخصص في متابعة شبكات التواصل الاجتماعي عبر العالم أن عدد مستخدمي الفيس بوك في الجزائر بلغ 4 ملايين و 23 ألف و 940 مشترك، ما يمثل 11.9% من العدد الإجمالي للسكان المقدر بحوالي 37 مليون نسمة 90% من الجزائريين المرابطون بالإنترنت³.

¹ مصعب حسام الدين لطفي، دور مواقع التواصل الاجتماعي في عملية التغير السياسي، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في التخطيط والتنمية، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2012، ص 94.

² علي عوجة وزكريا فريد، إدارة العلاقات العامة بين الإدارة، د.ط، عالم الكتب، القاهرة، 2008، ص 100.

³ فتحي حسين عام، مرجع سبق ذكره، ص 205

خلاصة الفصل:

من خلال كل ما تطرقنا إليه في هذا الفصل يمكن القول بأن أهمية مواقع التواصل الاجتماعي ومن بينها الفاييس بوك تكمن في كونها إتاحة مجالا واسعا أمام المستخدمين لتعبير عن نفسه ومشاركة مشاعره وأفكاره مع الآخرين ،خاصة وان هناك حقيقة علمية وهي أن الإنسان اجتماعي بطبعه وبفطرته بتواصل مع الآخرين ولا يمكن له أن يعيش في عزلة عن أخيه الإنسان .

الفصل الثالث

الإذاعة والتفاعلية

الفصل الثالث: الإذاعة والتفاعلية

المبحث الأول:نشأة و تطور الإذاعة في العالم.

المطلب الأول: نشأة و تطور الإذاعة.

المطلب الثاني: مميزات الإذاعة.

المطلب الثالث:وظائف الإذاعة.

المطلب الرابع:أنواع الإذاعات.

المطلب الخامس:نشأة و تطور الإذاعة في الجزائر.

المطلب السادس:إذاعة قالة الجهوية.

المبحث الثاني: التفاعلية الإذاعية.

المطلب الأول: مفهوم التفاعلية.

المطلب الثاني: مفهوم التفاعلية الإذاعية.

المطلب الثالث:الأبعاد التكنولوجية لتفاعلية الإذاعية.

المطلب الرابع:مظاهر الخدمة التفاعلية الإذاعية الحديثة.

خلاصة الفصل

تمهيد :

شكلت الإذاعة في الجزائر منذ ظهورها على يد المستوطنين الخواص سنة 1924 وسيلة إتصال بين المحتل الفرنسي والمستوطنين الأجانب وإستخدامتها سلطات المستعمر لتفكيك المجتمع الجزائري ونشر القيم التي جاء من أجلها إلى الجزائر ، وبرغم من إستخدامه للغة العربية والأمازيغية فإنه لم يستطع إختراق المجتمع الجزائري وحين إندلعت الثورة في أول نوفمبر 1954 إستغل الإذاعة لتظليل الرأي العام في الداخل والخارج غير أن صوت الجزائر في الإذاعات العربية بقي مشرق وكان اقوي من صوت فرنسا في الجزائر ، لكن مع بداية التعددية الحزبية وتعدد الآراء والأفكار صارت السلطة في حاجة إلى قنوات إذاعية أخرى ، كما كان الشعب في حاجة إلى أصوات أخرى أكثر إرتباطا بإهتماماته وإنشغالاته الجديدة فإستخدمت الإذاعة منبرا للرأي والرأي الآخر وبدأ التفكير في إنشاء إذاعات محلية لإحتواء الإهتمامات الشعبية وتوسيع وسائل التعبير من أجل تعزيز البناء الاقتصادي والاجتماعي والسياسي والثقافي .

المبحث الأول :نشأة وتطور الإذاعة في العالم

المطلب الأول : نشأة وتطور الإذاعة

كانت ولا زالت الإذاعة وسيلة مهمة من وسائل الإتصال الجماهيري ، ولها دورها المميز في نقل المعلومات و التأثير القوي على المجتمعات ، فقد لاقت إنتشارا و رواجاً عاليا ، وشهدت تطورا متسارعا في تقنية المعلومات والأحداث والتغيرات في عالمنا المعاصر.

و منذ ظهور موجات الراديو تسابقت الدول لتنال شرف سبق اختراعه إليها كإنجاز علمي،فادعى الروس أن الإتحاد السوفيتي هو أول من اخترع الراديو.

حيث قيل أن "ألكسندر بوبوف" العالم الروسي هو الذي اخترع أول جهاز للراديو في سنة 1885،وهي ذات السنة التي نجح فيها "ماركوني" في إرسال أول رسالة قصيرة عبر اللاسلكي ، فقد كان العالم الروسي "بوبوف" يجري تجارب على الراديو قبل قيام الثورة البلشفية بعشرين سنة وفي ذلك الوقت كانت روسيا مثل الدول الصناعية الأخرى ،قد تمكنت من استخدام الإتصال اللاسلكي للأغراض العسكرية في البداية ومن ثم المدينة¹.

إن تاريخ الإتحاد السوفيتي الحافل والمليء بالأحداث السياسية لم يجعلها تقف عند حد استخدام الإتصال باللاسلكي بل شرعت في إجراء التجارب وتوفير الإمكانيات لتخرج بنتائج واختراعات تساعد في دفع مسيرة العمل الحزبي.

أما بعد الحربين العالميين ومع صعود الإذاعة كجهاز من أجهزة الإعلام و انتقلت سريعا الى أوروبا أثر ذلك النجاح في تطوير الأجهزة و الموجات على حد سواء، والذي أنجز نقلة نوعية في أجهزة الإرسال و الاستقبال ، فعمدت بعدها الإذاعات الأوروبية إلى تقديم برامج الإعلامية وسيلة تثقيفية و ترفيهية ، وفرض الوضع السياسي القائم في استخدام الإذاعة و إرسال إذاعي إلى دول أخرى بهدف نشر الدعاية السياسية².

¹ إسماعيل سليمان أبو جلال، الإذاعة ودورها في الوعي الأمني، ط1، دار أسامة للنشر و التوزيع، عمان ، 2012، ص 125.

² جمال العيفة، مؤسسات الإعلام و الإتصال (الوظائف ، الهياكل، الأدوار)، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر، 2010، ص 208.

المطلب الثاني : مميزات الإذاعة

إن ظهور الإذاعة في عام 1920 كان بمثابة ثورة جذرية في وسائل الاتصال ، و سرعان ما تطورت الإذاعة و ازدادت أهميتها نتيجة لما بها من مميزات و هي :

- السرعة و الفورية في نقل الأخبار من مواقع الأحداث .
- اتساع نطاق التغطية الجغرافية على مستوى المحلي و الإقليمي و العالمي فإستخدام الموجة القصيرة و المتوسطة تصل الكلمة الإذاعية إلى أطراف العالم.
- لا توجد حواجز تحول دونها، نظرا لقدرة الموجات الإذاعية على تخطي الحواجز الطبيعية و الحدود السياسية و الجغرافية و العسكرية.¹
- جمهور الإذاعة عريض و غير متجانس، و برامجها متنوعة لتناسب أذواق الجماهير، لا تحتاج الكلمة الإذاعية معانات القراءة حيث نستطيع الاستماع و نحن نقوم بنشاطات مختلفة.
- يعتبر الراديو وسيلة غير مرئية من بين جميع وسائل الإعلام لذا يطلق عليه " وسيلة العمياء" كما إنها تمتاز بقدرتها على مخاطبة السامعين على إختلاف أعمارهم و طبقاتهم و خبراتهم و ثقافتهم ، لإعتمادها على عنصر الكلام في المخاطبة ، مما يجعلها مجالاً للجميع يجدون فيها ما يهمهم أو يخصهم² .

المطلب الثالث: وظائف الإذاعة

يقوم الإعلام بأدوار عديدة و فعالة في المجتمع ،فالإذاعة لا تقل أهمية عن الوسائل الإعلامية الأخرى و الدراسات التي أنجزت في العديد من جهات العالم تؤكد أن الراديو و لأسباب كثيرة سبق التعرض لها ، و ما يزال منافسا للتلفزيون ، بل هناك بعض الوظائف التي يحققها الراديو للمستمعين و التي لا تستطيع وسائل إعلام أخرى تحقيقها.

¹ مالك شعباني ، دور الإذاعات المحلية في نشر الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي، دراسة ميدانية بجامعة قسنطينة و بسكرة ، رسالة دكتوراه في علم إجتماع التنمية كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية، جامعة منتوري قسنطينة، 2005-2006، ص 100.

² ماجي الحلواني وعاطف عدلي العبد، الانظمة الإذاعية في الدول العربية ، دار الفكر العربي ، ط1، القاهرة، 1987، ص 202.

فمن خلال التعريف الذي وضعته اللجنة الدولية لدراسة مشكلات الإعلام و الاتصال المنبثقة عن اليونيسكو، حول وظائف الإعلام الذي يقول:

"أن الإعلام أداة سياسية، وقوة اقتصادية، و مورد تربوي كامن ومحرك ثقافي و أداة تكنولوجية"¹.

الوظيفة السياسية :

توظف الإذاعة من طرف النخب الحاكمة في عملية التنشئة السياسية لمجتمعاتنا بهدف غرس قيم سياسية معينة تروح لها تلك النخب ، كما توظف الإذاعة لتوصيل الرسالة الإعلامية الهادفة إلى تعميق الولاء للنظام الحاكم القائم و الشخصية الوطنية و الكيان السياسي ، إلى جانب التماسك السياسي و الوحدة الوطنية داخل كل دولة و هي تلعب دور الوسيط بين الحكومة و الشعب و تبلغ صوت الدولة و تنشر أفكارها و مشاريعها و أيديولوجيتها إلى الأفراد داخل الدولة و خارجها ، كما تنقل مشاكلهم و اهتماماتهم الى السلطة لتصدر القرار المناسبة، و أول دليل على فعالية الإذاعة هو الدور الذي لعبته الإذاعة إبان الحرب العالمية الثانية و أثناء الحرب العالمية الأولى.

الوظيفة الاقتصادية :

و هي وظيفة متصلة بمفهوم التنمية ، ذلك عن البعد الاقتصادي في العملية التنموية هو الأكثر بروزا من الجوانب الأخرى لهذه العملية ، إذ تقدم الإذاعة بين برامجها الإعلانات و الفقرات الشهرية من اجل الترويج لسلعة أو خدمة ما ، يساهم ذلك برفع مداخيلها ، كما تلعب الإذاعة دور الرقيب لمختلف المشاريع الاقتصادية و تتطرق إلى إبراز أسباب تأخرها و تعطيلها ، كما أنها تلعب دورا مهما في المناطق النائية ، حيث تكسر عزلتها و تقدم لسكانها جملة من الإرشادات و النصائح التي يستعينون بها من أجل تحسين وضعيتهم ، فهي مسؤولة عن التنمية الريفية و إنعاش الزراعة و الفلاحة².

الوظيفة التربوية و الثقافية:

حيث تشجع الإذاعة على التعليم و إكتساب المعارف ، و المهارات و الحصول على المعلومات و خبرات

¹ محمد صاحب سلطان، وسائل الإعلام و الاتصال - دراسة في النشأة و التطور، دار المسيرة للنشر و التوزيع، ط1، 2012، ص 253-254.

² عدلي سيد محمد رضا، البناء الدرامي في الراديو و التلفزيون، دار الفكر العربي، مصر، د.س.ن، ص 146.

جديدة تساعد على اتخاذ القرارات و الارتقاء بالسلوك الفردي و الاجتماعي ، و أنها تقوم على تثقيف الجماهير و تلبية احتياجاتهم الفكرية و النفسية و الارتقاء بمستوياتهم الثقافية و الحضارية .

إن توظيف الإذاعة في المجال الثقافي خلق واقعا جديدا يتميز بالحيوية و النشاط ، فهي على حد رأي "عدلي محمد رضا" تساهم في تشكيل الملامح الحضارية للمجتمع ، بالعمل على ملاحظة العالم الحديث و نقله في حدود ما يناسب الجماهير كمعلومات و أفكار ، و بالشكل و الأسلوب الذي يمكن من استيعابها و الوصول بمن يتلقاها إلى مستوى واقع العصر الذي يعيشه فكرا و طموحا¹.

الوظيفة الاجتماعية :

تلعب الإذاعة دورا هاما في المجتمع ، حيث تجعل خدمة المجتمع من أهدافها الأساسية فهي تسعى إلى ترسيخ قيم المجتمع و عقيدته و حضارته و كذا بعث تراثه و عاداته و تقاليده ، كما تسعى إلى الارتقاء بالفكر و السلوك، لأن مهمة الجهاز الإعلامي بصفة عامة و الإذاعة بصفة خاصة ، ليست شغل الوقت فقط بأي برنامج ، بل تهدف البرامج جميعها حتى ما كان منها للتسلية و المتعة إلى الوصول إلى الفكر السليم و تقويم السلوك الاجتماعي الفردي من خلال إستغلال هذا التأثير . بما يعود بالنفع و بما يساعد على البناء السليم للأمة ، و التأكيد على الأشياء الضارة، هذا بالإضافة إلى أن الإذاعة تعمل على بحث مشاكل المجتمع ، و محاولة إيجاد الحلول لها لتكون الوساطة بين شكاوي المواطنين و المسؤولين².

المطلب الرابع : أنواع الإذاعات :

تصنف محطات الإذاعة وفقا لقوة إرسالها ، أو بحسب المعيار الجغرافي إلى أربعة أنواع أساسية و هي :

الإذاعة الوطنية : و تنفرع إلى ثلاث قنوات تتمثل في³ :

أ-القناة الأولى :

الناطقة باللغة العربية ، ظهرت بعد الإستقلال مباشرة ، كانت مهمتها التركيز على غرس معالم السيادة

¹ جمال العيفة ، مرجع سابق، ص 108.

² فؤاد شعبان وعبيدة صبطي ، تاريخ وسائل الإتصال و تكنولوجياه الحديثة، دار الخلدونية للنشر و التوزيع، الجزائر، 2012 ، ص 121.

³ رشيد قريح، الإذاعة الجزائرية بين الخدمة العمومية و التوجه التجاري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام و الإتصال، جامعة يوسف بن خدة ، الجزائر، 2008، ص 29.

الوطنية ، و إستعادة الإرث الإعلامي الذي كان محتكرا من طرف الإستعمار ، ثم تعددت مهامها بعد ذلك للقيام بالعديد من الوظائف الاجتماعية و الاقتصادية و الثقافية ، تبعا لكل مرحلة من المراحل التي عرفها المجتمع الجزائري في تطوره.

ب- القناة الثانية:

الناطقة بالامازيغية ، و كانت في بدايتها تابعة للقناة الأولى ، ثم أصبحت لهل إستقلالية تامة بعد الحكم الدستوري.

ج- القناة الثالثة:

الناطقة بالفرنسية ، كانت تسمى بالبرامج الدولية ، و لا يقتصر أداؤها بالفرنسية فقط ، بل أهما ترسل أموجا أثرية باللغتين الفرنسية والانجليزية¹.

الإذاعة الموضوعية :

هي عادة قنوات متخصصة ، وتجسدها إذاعة القران الكريم ، والإذاعة الثقافية ، اللتان بدأ بثهما في بداية التسعينات ، وتتراوح فترة بثهما من 5 إلى 10 ساعات يوميا².

الإذاعة اقليمية :

و التي يشتق اسمها من مفهوم المجتمع المحلي ، فالإذاعة المحلية هي جهاز إعلام يخدم و يوجه إلى مجتمع محلي ، تبث برامجها إلى جمهور محدود العدد ، و هي تخاطب جمهورا متقاربا و متناسقا من الناحية الاجتماعية و الثقافية ، أي أهما تتفاعل مع الجمهور ، تأخذ منه و تعطيه³.

الإذاعة الإقليمية :

هي إذاعة تبث برامجها من عاصمة الإقليم ، و تقدم برامج وخدمات تم أبناء الإقليم بأسره ، و في نفس

¹ رشيد قريح، مرجع سابق، ص 29.

² مالك شعباني، مرجع سابق، ص 113.

³ محمد صاحب سلطان، مرجع سابق، ص 155.

الوقت نجد بالضرورة في كل إقليم مجتمعات محلية متناسقة ، و يمكن أن تنشأ بينها إذاعات محلية صغيرة.¹

الإذاعة الدولية :

هي التي توجه من داخل دولة معينة إلى دول أخرى غيرها ، و تكون لغتها بالغات الملائمة لسكان تلك الدولة ، فمثل ذلك إذاعة صوت العرب و إذاعة صوت أمريكا ، و يكون الإرسال على موجة ذات طول معين متفق عليه ، أما قوة الإرسال فتتوقف على أجهزة المحطة التي تتيح الإستماع لها على بعد مراكزها.²

المطلب الخامس: نشأة و تتطور الإذاعة في الجزائر

أ. الإذاعة قبل الاستقلال³:

ظهرت الإذاعة في الجزائر أواخر العشرينيات ، عندما قام أحد الفرنسيين بإنشاء محطة إرسال على موجة متوسطة ، لم تتعدى قوتها كيلو واط ، و ذلك ليس من أجل الجزائريين حيث كانت تبث برامج لا علاقة لها بصحة الأحداث الجارية في الجزائر .

و في عام 1945 طرأت بعض التغيرات على الإذاعة الجزائرية ، أدمجت هذه الأخيرة مع الإذاعة الفرنسية ، و أشرف عليها رئيس الحكومة و إدارة مستقلة للشؤون الفنية هذا من جهة ، و من جهة أخرى قدمت للحاكم العام امتيازات خاصة إذ أصبح يتراأس مجلس أطلق عليه " اللجنة الجزائرية للإذاعة "

و ما كان للجزائر في هذه الفترة إلا أن تعتمد في بادئ الأمر على إذاعات الدول العربية التي خصصت برامج في قنوات ثابتة لإذاعة الثورة الجزائرية .

و نتيجة لقرارات مؤتمر الصومام تم إنشاء الإذاعة السرية التي كانت جزائرية بكل ما فيها و كانت إذاعة متنقلة مدة بثها ساعتين يوميا، و من بين الذين كانوا يعملون في هذه الإذاعة نذكر : مداني الحواس محمد بوزيدي الهاشمي تيجاني و الشيخ رضا بن الشيخ حسين ، و شهدت اوئل 1959 انطلاق خمسة إذاعات :

¹ نبيلة جعفري، الإعلام الجهوي وتحقيق إشباع الجمهور، رسالة ماجستير في علوم الإعلام و الإتصال تخصص صحافة، جامعة منتوري قسنطينة، ص 98.

² ، رشيد قريح، مرجع سابق، ص 31.

³ مالك شعباني، مرجع سابق، ص 118.

- صوت الجزائر من إذاعة طرابلس ليبيا .
- صوت الجزائر من إذاعة بن غازي ليبيا.
- صوت الجزائر من إذاعة دمشق .
- صوت الجزائر من إذاعة الكويت .
- صوت الجزائر من إذاعة بغداد .

ب. إذاعة الجزائر المستقلة :

و كان ذلك في 5 جويلية 1962 ، حيث تخلصت الجزائر من الإستعمار الذي كان يراقبها ، و لم تلبث الدولة الجزائرية إلى أن إتخذت التدابير اللازمة من أجل إسترجاع مبنى الإذاعة و التلفزيون و أعلن المذيع " هنا إذاعة و تلفزيون الجزائر "، إذ إعتبره الفرنسيون تدخلا في أعمالهم مما جعلهم يقدمون إستقالاتهم ، و إنتهى الأمر بتوقيع اتفاقية بين الحكومتين الجزائر و فرنسا في 23 جانفي 1963 .

و منذ 1963 أصدرت السلطة الجزائرية عدة مراسيم متعلقة بقطاع الإعلام ، منها خمسة مراسيم إهتمت بالميدان السمعي البصري ، حيث إعتبرت الإذاعة في الأول نيابة مديريةية ، و بعد أصبحت الإذاعة تشترك مع التلفزة في مؤسسة واحدة تابعة لوصاية وزارة الإعلام و الإتصال .

و بعدها صدر مرسوم 2 نوفمبر 1967 ليعطي تنظيميا و هيكليا جديدا للإذاعة و التلفزة ، إلى أن أصدر قرار إعادة هيكلة و أصبحت الإذاعة مؤسسة قائمة بحد ذاتها منفصلة عن مؤسسة التلفزة ، و هذا في سنة 1986 ، و الساري المفعول لحد الساعة.¹

المطلب السادس: إذاعة قالمة الجهوية :

تعرف إذاعة قالمة الجمهورية بإذاعة ماونة وذلك نسبة إلى منطقة قالمة والتي يعود انشائها إلى 28 ديسمبر 2008 ، تقع إذاعة قالمة الجهوية في وسط مدينة قالمة بشارع بومعزة السعيد طريق بلخير يجدها من الجنوب موقف سيارات الأجرة ومن الشمال مقر الاتحاد العام للعمال الجزائريين ومن الشرق مديرية التربية ومن الغرب مباني سكنية² .

¹ مالك شعباني، مرجع سابق، ص 118.

² مقابلة، رشدي العطرأوي، صحفي بإذاعة قالمة ، 10:30، 2016/04/30

الموجة:¹

يمكن التقاط برامج إذاعة قالمة الجهوية على الموجة(جات) 97.6 و106.5 عبر الموقع

الالكتروني www.radio-guelm.dz

تطور حجم البث منذ إنشاء الإذاعة :

كانت انطلاقة البث 7 ساعات و20 دقيقة من 06h40 صباحا إلى غاية الثانية زوالا ، ثم انتقلت سنة

2009 إلى 10 ساعات و 20دقيقة يوميا من 06h40 إلى الخامسة بعد الزوال و في سنة 2011 انتقلت إلى

13ساعة و 05دقائق إلى يومنا هذا .

نوع البرامج التي تبثها الإذاعة :

✓ برامج إخبارية .

✓ برامج اجتماعية وثقافية .

✓ برامج ترفيهية وفنية .

¹ رشدي العطاروي، مرجع سابق.

المبحث الثاني: التفاعلية الإذاعية

المطلب الأول: مفهوم التفاعلية¹

إن كلمة تفاعلية "interactivité" مركبة من كلمتين في أصلها اللاتيني ، أي من الكلمة السابقة "Ineter" وتعني بين أو في ما بين ، و من الكلمة "actives" و تفيد الممارسة في مقابل النظرية و عليه عندما يترجم مصطلح التفاعلية "L'interactivité" من اللاتينية فيكون معناه ممارسة بين اثنين اي تبادل و تفاعل بين شخصين .

إن معنى التفاعلية يكمن في التبادل والتفاعل ، يتم من خلال الاتصال بين شخصين ، إذن فهي فعل اتصالي قدم لكن مفهوم التفاعلية في استعمالاته بالإشارة إلى الوسائط المتعددة فيعتبر حديث العهد نسبيا ووليد العلاقات بين الناس والآلات ، ولقد تداول الوسط الفكري والعلمي والصحفي هذا المفهوم في بداية التسعينات من القرن الماضي نتيجة التقدم الهائل الذي تعرفه التكنولوجيات الرقمية .

كما أنها مفهوم التفاعلية في البداية للدلالة عن شكل خاص من العلاقة بين السمعى البصري والمشاهد ، ويهدف إلى تحويل المشاهد الساكن والسلي إلى عنصر فعال ونشط ، بشكل يؤثر في البرمجة لكن الإستخدام التدريجي والمتعدد لهذا المفهوم أصبح يدل على كل أنواع مشاركة المتلقي في الرسالة ، سواء أحدثت رجوع الصدى أم لم تحدث .

كما تعرف التفاعلية أيضا: من حيث المستخدم : إن التفاعلية هي طريقة المعالجة بالحوار وتعديل اشتغال البرامج من خلال مراقبة النتائج.

من حيث العلاقة بين المرسل والمتلقي :

تعني الاتصال في اتجاهين بين المصدر والمتلقي ، أو بصفة اوسع الاتصال المتعدد الاتجاهات بين أي عدد من المصادر والمتلقين.

¹ محمود علم الدين، تكنولوجيا المعلومات و الإتصال و مستقبل صناعة الصحافة، ط1، دار سحاب للنشر و التوزيع، 2005، ص 177.

من حيث الوسيلة :

التفاعلية هي صفة الأجهزة والبرامج وظروف الاستغلال التي تسمح بأفعال متبادلة في نمط الحوار بين المستخدمين أو بين الأجهزة في الوقت الفعلي¹.

المطلب الثاني : مفهوم التفاعلية الإذاعية²

تعتبر التفاعلية الإذاعية إحدى الوسائط الأساسية المستخدمة في عملية التواصل بالمتلقي بهدف تحقيق المشاركة الفعلية والفعالة في البرامج الإذاعية وخلق فضاء حوار للمهتمين بالقضايا الإذاعية، حيث لا يمكن تصور تطور وسائل الإعلام الجماهيرية ضمن فضاء العولمة من دون فاتحة قنوات والتواصل والحوار وحرية التعبير والمشاركة الفعلية للجمهور في إثراء برامج ومضامين القنوات الإذاعية ، والتفاعلية الإذاعية شكل من أشكال التفاعلية الإعلامية إذ أن مختلف البرامج الإذاعية تستخدم وبنسب مختلفة التفاعلية المباشرة وغير المباشرة خصوصا وأن الإذاعة تمثل وسيلة إعلامية جماهيرية ذات خصوصية لأنها تحاول إن تلي رغبات المستمع وتطرح قضاياها بشكل مباشر ، كما أن التفاعلية الإذاعية تضمن نوعا من المشاركة في إختيار مضمون ما تبثه المحطة الإذاعية.

لقد ساعد تطور تكنولوجيات الإتصال مفهوم التفاعلية ، فتكنولوجيات الإتصال التي إكتسبت سمّة التفاعل التبادلي والذي يشير لوجه عام إلى عمليات الاتصال التي تتخذ خصائص الاتصال بين الأشخاص ، فهي الاتصالات الشخصية يشترك المرسل والمستقبل في أداء دور رجل الإعلام والاتصال بالتناوب ويستقبل كل شريك التغذية المرتدة فورا و بصورة كاملة في شكل رسائل شفوية .

وتتفاعل المؤسسات الإعلامية بإشكال مختلفة وبدرجات متفاوتة مع هذه التحولات ، ثم منها انفتحت على الحراك الجديد واستثمرت بشكل خلاق الانترنت وأدواتها كإحدى آليات التحديث الشامل تكنولوجيا وبرمجيا واقتصاديا ، كما استثمرت هذه المؤسسات الانترنت كوسيلة لتجديد العلاقات مع الجمهور من خلال توظيفها لآليات التفاعلية العديدة حتى أضحي الجمهور طرفا رئيسيا في العملية الإعلامية كمتلقي نشيط يساهم بأرائه وأفكاره.

¹ عبد الحسن الحسيني، مرجع سبق ذكره، ص 221.

² مي عبد الله ، نظريات الإتصال، دار النهضة العربية، بيروت، 2005، ص 332.

و قد استثمرت العديد من الإذاعات التطبيقات الاتصالية الجديدة بشكل واسع كإنشاء مجتمعات التدوين ، وتشجيع المستخدمين في المجال الإخباري كما تتجسد التفاعلية في تمكين الصحفيين من إنشاء مدوناتهم داخل مواقع مؤسستهم وذلك بهدف التواصل مع جمهور المستمعين¹ .

المطلب الثالث : الأبعاد التكنولوجية للتفاعلية الإذاعية

إن البيئة التواصلية التي تعمل داخلها الإذاعة تتسم بظهور نماذج تواصلية جديدة، ساهمت التكنولوجيات الحديثة في ظهورها ، فالعلاقة بين الوسائط الإعلامية و الجمهور يحمها نظام مخصوص من العلاقات .

و قد اختلف الباحثون في ما بينهم حول طبيعة و نوعية هذه الأبعاد ، ففي عام 1989 تبنت " heeter " مفهوم السداسي للتفاعلية يعتمد على الأبعاد التالية²:

- تعدد الإختيارات المتاحة
- الجهد الذي يمارسه المستقبل
- إستجابة الوسيلة للمستقبل
- رصد إستخدامات المتلقي لوسيلة الإتصال الإلكترونية
- سهولة إضافة معلومات للرسالة الإتصالية
- سهولة الإتصال الشخصي بين الجمهور ووسيلة الإتصال

وأكد كل من "Levy and messy" أن التفاعلية في مواقع الانترنت تعتمد على جوهر الأبعاد الوظيفية مثل الروابط و البريد الإلكتروني و غيرها من الوسائل و الأدوات التفاعلية المختلفة ، و في عام 1998 قدم هايكل تسعة أبعاد للتفاعلية و هي³ :

- تأثير التفاعل
- المداخل التفاعلية المتاحة
- درجة الحميمية و التقارب

¹ مي عبد الله، مرجع سابق، ص 333.

² خالد زعموم و السعيد بومعيرة، التفاعلية في الإذاعة اشكالها ووسائلها، مجلة اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس ، 2007، ص26.

³ طارق سيد احمد، الإعلام المحلي وقضايا المجتمع، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2004، ص 102.

- تردد التبادل
- درجة التحكم في الوسيلة
- درجة الإدراك
- درجة التزامن
- أنواع الأدوات و المداخل التفاعلية
- المضمون المتبادل

أما لوزة و لينكولن جيمس فيحددان أبعاد التفاعلية في الآتي :

- الترويج
- الترابط
- الإختيارات المتعددة
- جمع المعلومات
- تبادل الأدوار الإتصالية¹

المطلب الرابع : مظاهر الخدمة التفاعلية الإذاعية الحديثة

إن أبرز مظاهر الخدمة التفاعلية الإذاعية الحديثة يمكن تلخيصها فيما يلي:

● خدمة البريد الإلكتروني (E-mail) :

إن إحدى أدوات زيادة التفاعلية عموماً والخدمة التشاركية الإذاعية خاصة، تتمثل في البريد الإلكتروني أو E-mail الذي يمكن أن يوظف كقناة سريعة ومباشرة بين الصحفيين و المنتجين في المحطة الإذاعية التي تضع عنواناً إلكترونياً للاتصال بها، وحتى العاملين، قد تكون لهم عناوينهم الخاصة أو بسم برامجهم. ويعرف على أنه "من الوسائل التكنولوجية الحديثة التي تستهدف تسهيل تبادل المعلومات على الفور، ويمكن أ، تكون هذه البيانات في أشكال نصوص أو صوت أو رسوم، ويتم ذلك باستخدام نظام البريد الذي يعتمد على الحسب الإلكتروني في استقبال الرسائل وتخزينها و نقلها من أماكن بعيدة².

¹ طارق سيد أحمد، مرجع سابق، ص 103.

² أسد الدين التميمي، معجم مصطلحات الأنترنت و الحاسوب، دار أسامة للنشر و التوزيع، الأردن، 2006، ص 107.

ويعرف بأنه "نظام يستخدم الكمبيوتر لتلقي و تخزين و التوجيه و التحكم في الرسائل الالكترونية لتصل إلى الأشخاص أو الجماعات المراد التخاطب معها، سواء كانوا في منازلهم أو مكاتبهم".

كما يعرف كذلك : "الإتصالات المباشرة التي تدور بين مستخدمي الحواسيب وهو أكثر أدوات الانترنت إستعمالا، إذ يتيح إمكانية الاتصال بمستخدم واحد، أو آلاف المستخدمين، و ذلك في أقل وقت ممكن، وبأقل تكلفة مالية، مقارنة باتصالات الطرق التقليدية الأخرى كالهواتف و البريد العادي" ومن خلال هذه التعاريف نلاحظ الأهمية التي تكتسبها خدمة البريد الإلكتروني في التواصل البشري، والذي تحول إلى وسيلة إتصال إلكترونية تفاعلية حقيقية و رائدة.¹

• منتديات النقاش (FORUMS) :

يصلح على هذه الخدمة التفاعلية في اللغة الإنجليزية تسمية **FORUMS**، وهي خدمة تفاعلية توفرها شبكة الإنترنت أمام مستعمليها، حيث تعد أكثر الخدمات التواصلية استقرار من مجموع خدمات ما بات يطلق عليه بوسائل الإعلام الجديد ذو الصلة الوثيقة بتطبيقات الشبكة العالمية للمعلومات، و تعتمد منتديات النت على مبدأ النقاش الذي يسمح بتصميم "الفوروم" بإجرائه بين مستخدمي الانترنت ضمن عالم شبكي افتراضي تحدد هوية أفراد التسميات المنسوبة إليهم بناء على تحديدهم الخاص لها، والصور المعتمدة لتحقيقه بمستوى نمط الإتصال الإنساني فيشكله الجماعي الحقيقي.

وقد تم إنشاء منتديات النقاش عبر مواقع شبكة الإنترنت كميزة إضافية للشبكة، تسمح بإجراء نقاشات حية وتقديم اقتراحات بشأن مواضيع النقاش وكذا تبادل الأخبار، وتعمل هذه الفورومات وفق خاصية التحديث من طرف مسير الموقع الذي يمنح خدمة النقاش على الخط الذي لا يتدخل تماما في توجيه خط النقاش ، وهي الميزة الأساسية التي تجعل من "الفوروم الشبكي" يختلف تماما عن المدونة الإلكترونية².

المدونات الشخصية: (Blogs)

يصلح في اللغة الإنجليزية على المدونة الالكترونية كلمة (**Blogs**) و تشير كلمة "بلوغ" المختلفة لعبارة "ويب لوغ" و التي يمكن ترجمتها بمفكرة يومية على الشبكة لتظهر على الموقع المعني ، حيث ظهرت أول كلمة

¹ شريف درويش اللبان، الصحافة الإلكترونية : دراسات في التفاعلية و تصميم المواقع، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة، 2005، ص 65.

² الصادق الحمادي، الاعلام الجديد: مقارنة تواصلية ، مجلة اتحاد الإذاعات العربية ، العدد 04، تونس، 2006، ص 208.

مفكرة من هذا الصنف شهر أكتوبر 1994 م و نسب إلى دايف وينر ميرمج أحد البرامج الالكترونية و الأكثر شيوعا و مطورة تحت اسم "مانيللا" ، اما مصطلح بلوغر فقد تم إستحداثه في أدبيات الوسائط التكنولوجية للدلالة على مستخدمي فضاءات التدوين الشبكي.

و لقد ظهرت المدونات الشخصية في وقت الذي تقلص فيه جمهور وسائل الإعلام الإخبارية، على سبيل المثال عندما وقع تسونامي اندونيسيا إلتفت الكثير من الناس إلى المدونات الشخصية في الوقت الذي تقلص فيه جمهور وسائل الإعلام الإخبارية، على سبيل المثال عندما ضرب التسونامي اندونيسيا التفت الكثير من الناس إلى مدونات الشخصية من أجل استيفاء الأخبار ، وهناك مدونات شخصية يحررها صحافيون محترفون ، ولكن الأغلبية منها يحررها الناس الذين دافعهم الوحيد هو تقاسم حياتهم اليومية وتجربتهم الذاتية ، فأثناء الأحداث الكبرى أو الكوارث ، نجد الذين لهم هواتف خلوية أو حواسيب محمولة أو أي نوع من وسائل التشبيك يقومون بتقاسم تجربة ما يشاهدون مع أناس آخرين وفي بعض الأحيان بسرعة تفوق سرعة المنظمات الإعلامية ، التي توجب عليها التأكد من صحة الأخبار¹ .

المدونات الشخصية السمعية :

إن المدونات الشخصية لا تنحصر في تقاسم الكلمات والنصوص وإنما الآن هناك مواقع المدونات الشخصية التي تتقاسم ملفات سمعية **Audio files**، بما فيها رسائل هاتفية وأصوات وموسيقى وفيديو ، وعليه تم نحت مصطلح المدونات الشخصية السمعية (**Audioblogging**) لوصف شكل جديد من المحطات الإذاعية وهي مصدر سمعي على الشبكة تحت الطلب ، وحتى اسم (**Dj**) تم تعويضه باسم (**Webjay**) وهو الشخص الذي يختار الملفات السمعية لكي يتم تقاسمها.

ولقد ظهرت تكنولوجية تحميل المحتوى الآلي في 2001، وابتداء من 2004 بدأت المحطات الإذاعية تدرس مسألة تحميل المحتوى الآلي كطريقة ملائمة لتقديم برامجها وخاصة الأخبار والحوارات التي لا تطرح مشكل حقوق التأليف ، وسرعان ما أصبحت ممارسة شائعات إذاعات الشبكة لكثير من البلدان ، وفي عام 2005 بدأ اتجاه عكسي، أي من تحميل المحتوى الآلي إلى الإذاعة، وأصبح الأول مصدر محتوى للمحطة الإذاعية، فهناك محطات إذاعية متواضعة تعتمد كليا على المستمعين الذين يعثون بمحتوياتهم² .

¹ شريف درويش اللبان، مرجع سابق ، ص70 .

² عبد الباسط عبد الوهاب ، إستخدامات تكنولوجيا الإتصال في الإنتاج الإذاعي و التلفزيوني، المكتب الجامعي الحديث، مصر، 2005، ص 187.

خلاصة الفصل :

تعتبر الإذاعة وسيلة اتصال جماهيرية تكمن في كونها أداة تواصل مع عامة الناس داخل المجتمعات ، وهذا راجع إلى مخاطبة المستمعين ضمن نطاق واسع حيث يتجلى هذا الأخير بتخطي الحواجز الجغرافية من خلال سرعة انتشار الأخبار في مختلف الميادين ، كما إن الإذاعة تأثير فعال على خلق التفاعل مع جمهور واسع النطاق ومتعدد الأجناس واللهجات ، والذي منها استطاع إن تحقق انتماء اجتماعي من خلال البرامج المتنوعة التي تقدمها للفرد والأسرة والمجتمع في تفعيل الحياة الاجتماعية .

الفصل الرابع

الإطار التطبيقي

الفصل الرابع : الإطار التطبيقي

I. عرض و تحليل البيانات

1- بطاقة فنية حول الحصاة

2- بيانات المقابلة

3- بيانات حول فئات الشكل

4- بيانات حول فئات المضمون

II. النتائج العامة لدراسة

III. النتائج في ضوء الفرضيات

IV. الاقتراحات و التوصيات

I. عرض و تحليل البيانات:

1- بطاقة فنية عن حصة إسقاطات بإذاعة قالة الجهوية:

تعتبر التفاعلية في برامج الوسائط المتعددة هي التواصل و الحوار بين المستخدم و البرنامج حيث يعطي البرنامج درجة من الحرية للمشارك في طريقة عرض المحتوى وسرعة عرضه و يمكن للبرنامج الاستجابة لاستجابات المتعلمين و يشرح هذه الصفحة عدة عناصر منها النص المكتوب و الصور الثابتة.

و من هذا المنطلق قرر القائمين على حصة إسقاطات بإذاعة قالة إنشاء صفحة عبر موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك تكون وجهها آخر لحصة إسقاطات بتاريخ 26/ أوت 2014 كان بداية تاريخ استعمال الصفحة الخاصة بالبرنامج الإذاعي الاجتماعي .

وتعتبر المواضيع المطروحة عبر صفحة مواقع التواصل الاجتماعي عبارة عن أمثال حربية وأقوال مشاهير خالدة نابعة من تجارب شخصية أو ملاحظات اختلاف سلوكيات و تفرقات الأشخاص ما ينبع عنها سلبية أو إيجابية.

و انطلاقا من هذه الأقوال و الأمثال للخوض في خبايا النفس البشرية لإكتشاف العديد من الامور التي تعمل على إسقاطها على المجتمع التي يشارك أفرادها بدورهم من خلال الهاتف و صفحة الفيس بوك و يقرؤون المواضيع بإعطاء آرائهم وإنطباعاتهم و تجاربهم الخاصة.

صفحة الفيس بوك الخاصة ببرنامج إسقاطات بإذاعة قالة و منذ تاريخ بداية إستعمالها عرفت إقبالا كبيرا من قبل المشتركين تباين من سنة إلى أخرى إذ تعرف الصفحة حاليا أكثر من 239 مشترك من الجنسين ذكور وإناث فقد عرفت الصفحة منذ بداية وضعها حيز الخدمة عام 2014، 12 مشترك و بعد مرور أكثر من ثلاثة سنوات تطور عد المشتركين الى 239 مشترك وذلك راجع الى أهمية الحصة التفاعلية التي تبث عبر أمواج الإذاعة الجزائرية من قالة كل أمسية يوم ثلاثاء بداية من الساعة 18h15 بتوقيت المحلي.

كون البرنامج تفاعلي توعوي يأخذ بعين الاعتبار رأي الجمهور فيما يخص الحصة من الإقتراحات التي تعالج عبر الأثير وكل التعليقات التي تكتب عبر الصفحة سواء كانت إيجابية أم سلبية من قبل معدة الحصة وتدرس دراسة جدية.

2- بيانات المقابلة:¹

لقد كشفت المقابلة التي قمنا بها مع معدة حصة إسقاطات بإذاعة قالمة و المشرفة على موقع الصفحة الخاص بالحصة على الفيس بوك حول إستخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في الحصة الإذاعية التفاعلية و بالضبط إذاعة قالمة الجهوية على مجموعة من الإجابات ساهمت في الإجابة عن التساؤلات و التي يمكن حصرها فيما يلي:

من خلال المقابلة التي قمنا بها مع معدة ومقدمة البرنامج الأنسة زهرة سحاب ومحاورتنا لها تبين لنا أنها تعمل دائما على وضع مواضيع الحصة بصفة دورية و منتظمة كما أنها تعمل على تحديثها و فق ما تتطلبه الحصة و مسايرة للأحداث و أنها تقوم بالإعلان المسبق عن الموضوع الذي ستناقشه الحصة في غالب الأحيان تكون في مكان العمل والباقي يكون في البيت عن طريق جهاز الاعلام الالي.

- هذا و تعمل معدة الحصة على إستخدام الصفحة على الأقل ثلاث مرات في الأسبوع .
- وقد تم إنشاء الصفحة الإذاعية الخاصة بحصة إسقاطات على موقع التواصل الاجتماعي بدافع التعرف على آراء المستمعين حول ما تقدمه الإذاعة عامة و حصة إسقاطات خاصة.
- تنصدر حاجة البقاء على تواصل مع الجمهور التي تكمن وراء إنشاء مثل هذه الصفحات .
- معرفة آراء الجماهير و المستمعين حول برنامج إسقاطات .
- نشر معدة الحصة على صفحاتها مواضيع الحصة التي تبث عبر أمواج الإذاعة لكي يتسنى للجمهور الاطلاع عليها.
- تعزيز إمكانيات جمع الأخبار و تأمين وجود مساهمين و ضيوف للحصة.
- هذا و أوضحت معدة الحصة الانسة زهرة سحاب أن من بين الإضافات التي قدمتها الصفحة للحصة هي إكتساب شهرة أكثر للبرنامج و توسيع دائرة الاستماع لحصة إسقاطات.
- الاستفادة من آراء المتابعين للحصة عبر الصفحة لتطوير أو تحسين من محتوى البرنامج.

¹ مقابلة، زهرة سحاب، 2016/06/07، 10:00

- خلق متتبعين جدد لحصة إسقاطات عبر الأثير.
- توفير فرصة أكبر للتواصل مع جمهور الحصة .

وتتناول صفحة حصة البرنامج عبر موقع الفاييسبوك المواضيع الاجتماعية والنفسية وتعد المواضيع النفسية الأكثر طرحا من قبل معدت البرنامج كاشفة بالمناسبة أن الصفحة أصبحت متنفسا جديدا لمتبعي البرنامج عبر الإثير وفرصة لتبادل ومناقشة مواضيع الحصة عبر صفحة الفاييسبوك وإعتبرت القائمة على الصفحة أنها أصبحت بمثابة فضاء جديد لتواصل مع الجمهور و مراقبة كل المشاركات لفرض إجراء تحليلي نوعي لما يقوله الجمهور و دراسة كيفية الاستجابة لرغباته ، و الإستفادة من المواضيع المقترحة من طرف معجبي الحصة .

3- بينات حول فئات الشكل

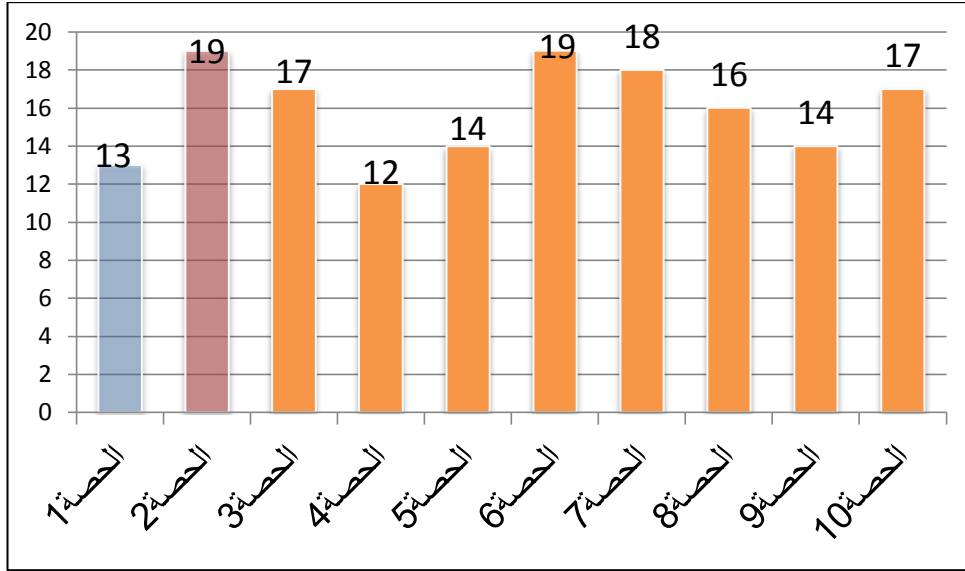
فئة التحديث :

يتم تحديث مواضيع حصة إسقاطات على صفحتها بصفة دورية و منتظمة ، موضوع كل أسبوع حيث يوضع الموضوع على الصفحة بيوم قبل البث المباشر لها و الذي يكون كل يوم ثلاثاء على الساعة:18:15 وذلك لترويج للموضوع و جذب أكبر عدد من المشاركين .

جدول رقم (2) يبين عدد التعليقات في المواضيع

الرقم	الموضوع	التعليق	
		التكرار	الإعجاب
1	تصور حجم ما مات فينا حتى تعودنا على كل ماحولنا (21 مارس 2016).	1	1.81%
2	الإكراه على الفضيلة، لا يصنع الإنسان الفاضل كما أن الإكراه على الإيمان، لا يصنع الإنسان المؤمن فالحرية هي أساس الفضيلة (28 مارس 2016).	03	5.48%
3	لا تخف، الخوف لا يمنع الموت لكن يمنع الحياة (4 أبريل 2016).	04	7.27%
4	من يحترفون إثارة الفوضى في المجتمعهم بالتأكيد الذين لا يملكون حلاً لمشكلاتهم، و لكن يبحثون عن الرعامسة وسط الفوضى (10 أبريل 2016).	07	12.72%
5	لا يكبر الحب بطول المدة و إنما بجمال المواقف و لو كانت لحظات (17 أبريل 2016)	10	18.19%
6	لا تتسلق الجبال ليراك العالم، تسلقها لترى العالم (25 أبريل 2016)	06	10.90%
7	من يسبح دائماً مع التيار ليس لديه الشجاعة للإعتراف بالخطأ (2 ماي 2016)	10	18.19%
8	الناس يعبدون القوة (9 ماي 2016)	06	10.90%
9	لأنني في حرب مع نفسي أنا في سلام مع الغير (16 ماي 2016)	3	5.46%
10	لا تكره ما لا تفهم (23 ماي 2016)	5	9.10
	المجموع	55	100%

الشكل رقم (05): يبين عدد التعليقات في كل موضوع

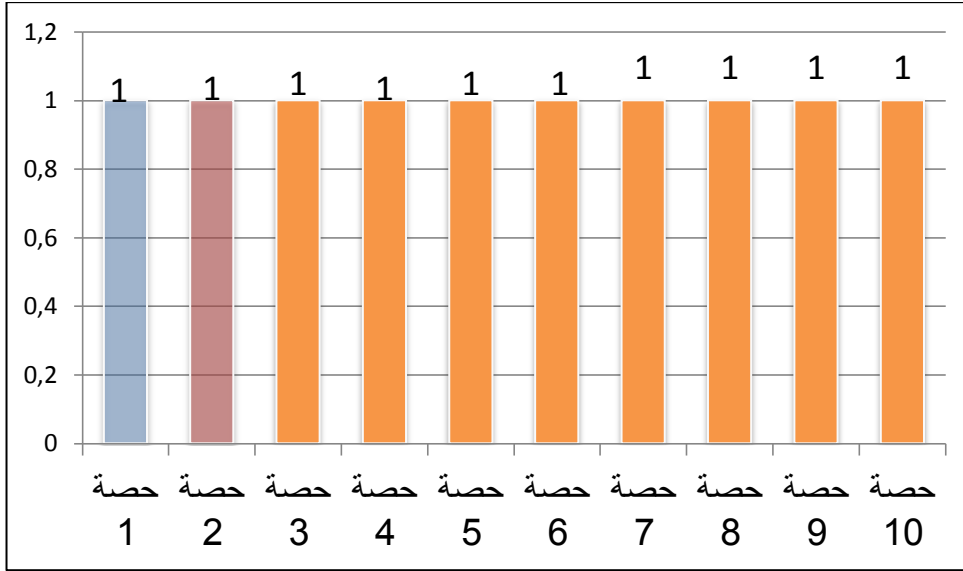


من خلال قراءتنا لبيانات الجدول نلاحظ أن أكبر نسبة كانت في الموضوع رقم (5) 18.19 و كذلك في الموضوع (7) بنسبة 18.19 في حين أن أضعف نسبة كانت في الموضوع (1) ب(1.18%) أما بقية المواضيع جاءت نسبها متقاربة ، و هذا راجع إلى أن جمهور الحصّة يولي اهتماما كبير للموضوعات ذات القيمة النفسية حيث نجد أن أكبر النسب كانت لهذه المواضيع ، فحين كانت التعليقات بنسب قليلة في الموضوعات الإجتماعية و هذا ما يثبتة تكرارها.

الجدول رقم (02) يبين نسب الوسائط المتعددة المستخدمة في مواضيع حصة إسقاطات

الرقم	الموضوع	صورة و نص		فيديو		صوت	
		التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
1	تصور حجم ما مات فينا حتى تعودنا على كل ما حولنا (21 مارس 2016).	1	10%	00	00	00	00
2	الإكراه على الفضيلة، لا يصنع الإنسان الفاضل كما أن الإكراه على الإيمان، لا يصنع الإنسان المؤمن فالحرية هي أساس الفضيلة (28 مارس 2016).	1	10%	00	00	00	00
3	لا تخف، الخوف لا يمنع الموت لكن يمنع الحياة (4 أبريل 2016).	1	10%	00	00	00	00
4	من يحترفون إثارة الفوضى في مجتمعاتهم بالتأكيد الذين لا يملكون حلاً لمشكلاتهم، و لكن يبحثون عن الزعامة وسط الفوضى (10 أبريل 2016).	1	10%	00	00	00	00
5	لا يكبر الحب بطول المدة و إنما بجمال المواقف و لو كانت لحظات (17 أبريل 2016)	1	10%	00	00	00	00
6	لا تتسلق الجبال ليراك العالم، تسلقها لترى العالم (25 أبريل 2016)	1	10%	00	00	00	00
7	من يسبح دائماً مع التيار ليس لديه الشجاعة للإعتراف بالخطأ (2 ماي 2016)	1	10%	00	00	00	00
8	الناس يعبدون القوة (9 ماي 2016)	1	10%	00	00	00	00
9	لأنني في حرب مع نفسي أنا في سلام مع الغير (16 ماي 2016)	1	10%	00	00	00	00
10	لا تكره ما لا تفهم (23 ماي 2016)	1	10%	00	00	00	00
	المجموع	10	100%	00	00	00	00

الشكل رقم (06): يوضح الصور والنص المستعملة في كل حصة



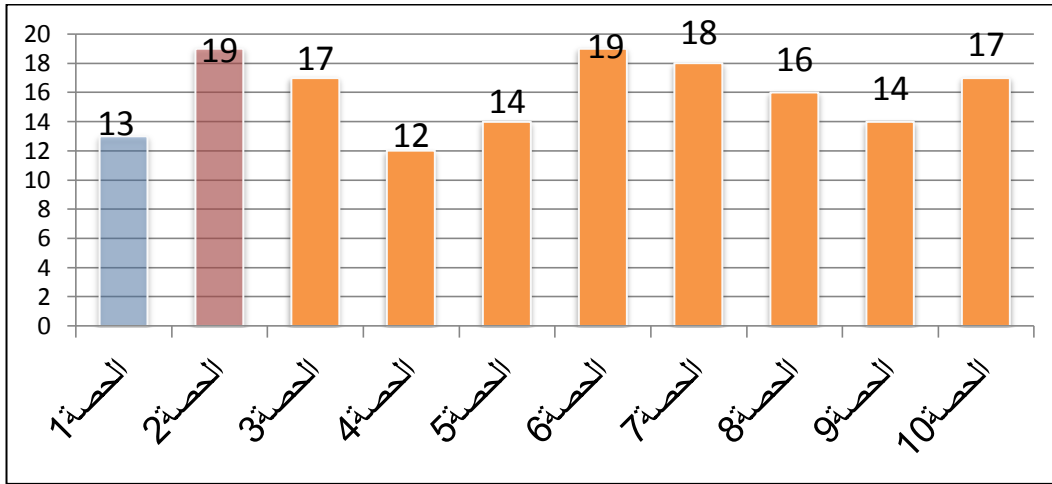
من خلال قراءتنا لبيانات الجدول نلاحظ أن الصورة و النص هما الأدوات المستخدمتان لإنجاز الحصة بالنسبة للوسائط المتعددة ، و هذا بنسب متساوية في جميع مواضع الحصة فحين افتقدت للفيديو و الصوت اللذان كان بنسبة (00) ، و يرجع ذلك لوضع التعابير و الآراء المتعلقة بكل صورة و ترك الإنطباع مفتوح للجمهور المتابع للحصة فكل صورة يصاحبها معنى يعكس محتوى و مضمون الموضوع .

4- بيانات حول فئات المضمون:

جدول رقم (03) يوضح القيم التي تحملها مواضيع الحصة

الموضوع		الخصص	القيم
النسبة	التكرار		
40%	4	<p>-تصور حجم ما مات فينا حتى تعودنا على كل ما حولنا (21 مارس 2016).</p> <p>-لا تخف، الخوف لا يمنع الموت لكن يمنع الحياة (4 أبريل 2016).</p> <p>-من يسبح دائما مع التيار ليس لديه الشجاعة للإعتراف بالخطأ (2 ماي 2016).</p> <p>-لأنني في حرب مع نفسي أنا في سلام مع الغير (16 ماي 2016).</p> <p>-لا تكره ما لا تفهم (23 ماي 2016).</p>	الإجتماعية
60%	6	<p>-تصور حجم ما مات فينا حتى تعودنا على كل ما حولنا (21 مارس 2016).</p> <p>-الإكراه على الفضيلة، لا يصنع الإنسان الفاضل كما أن</p> <p>-الإكراه على الإيمان، لا يصنع الإنسان المؤمن فالحرية هي أساس الفضيلة (28 مارس 2016).</p> <p>-من يجترفون إثارة الفوضى في المجتمعهم بالتأكيد الذين لا يملكون حلا لمشكلاتهم، و لكن يبحثون عن الرعامسة وسط الفوضى (10 أبريل 2016).</p> <p>-لا يكبر الحب بطول المدة و إنما بجمال المواقف و لو كانت لحظات (17 أبريل 2016).</p> <p>-لا تتسلق الجبال ليراك العالم، تسلقها لترى العالم (25 أبريل 2016).</p> <p>-الناس يعبدون القوة (9 ماي 2016).</p>	النفسية
100%	10	المجموع	

الشكل رقم (06): يبين القيم التي تحملها مواضيع الحصة

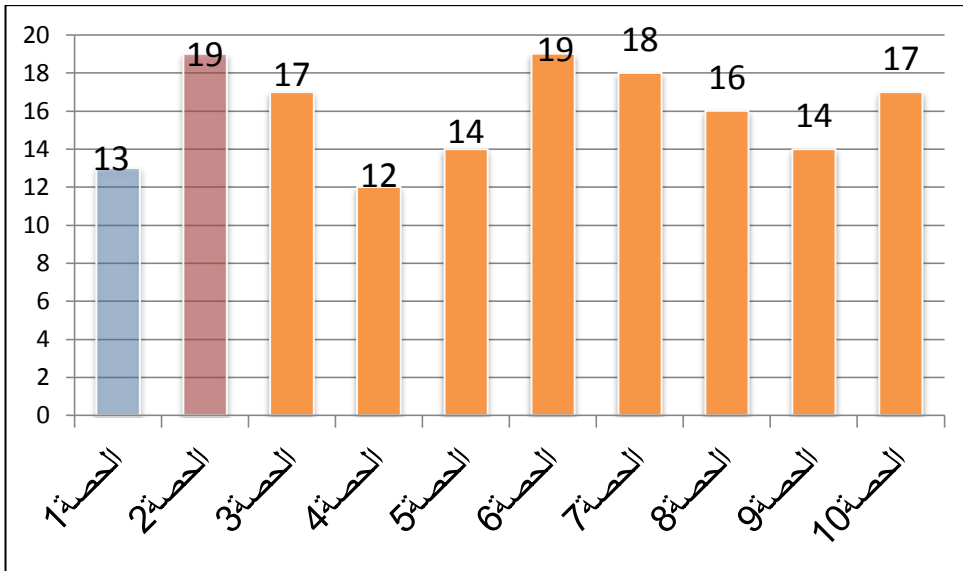


نلاحظ من خلال نتائج الجدول أن المواضيع ذات الصيغة النفسية جاءت بنسبة 60% ، أما المواضيع ذات القيمة الاجتماعية فكانت نسبتها 40% ، وهذا ما يدل على أن القائمة على الحصة تركز و بشكل كبير على المواضيع التي تحمل في طياتها قيما نفسية ، فهي بذلك تعرف جيدا نوع القيم التي يتفاعل معها جمهورها لجلب أكبر قدر ممكن من المتابعين ، كذلك ذهنية الفرد الجزائري الباحث عن المجد و الظهور أمام الغير بثبات و القوة و الثقة بالنفس.

جدول رقم (4) يوضح إعجاب الجمهور بالخصبة

الرقم	الموضوع	إعجاب	
		التكرار	النسبة
1	تصور حجم مامات فينا حتى تعودنا على كل ماحولنا (21 مارس 2016).	13	8.44%
2	الإكراه على الفضيلة، لا يصنع الإنسان الفاضل كما أن الإكراه على الإيمان، لا يصنع الإنسان المؤمن فالحرية هي أساس الفضيلة (28 مارس 2016).	19	12.33%
3	لا تخف، الخوف لا يمنع الموت لكن يمنع الحياة (4 أبريل 2016).	17	10.39%
4	من يحترفون إثارة الفوضى في المجتمعهم بالتأكيد الذين لا يملكون حلاً لمشكلاتهم، و لكن يبحثون عن الرعاية وسط الفوضى (10 أبريل 2016).	12	7.79%
5	لا يكبر الحب بطول المدة و إنما بجمال المواقف و لو كانت لحظات (17 أبريل 2016)	14	9.09%
6	لا تتسلق الجبال ليرك العالم، تسلقها لترى العالم (25 أبريل 2016)	19	12.33%
7	من يسبح دائماً مع التيار ليس لديه الشجاعة للإعتراف بالخطأ (2 ماي 2016)	18	11.68%
8	الناس يعبدون القوة (9 ماي 2016)	16	10.38%
9	لأنني في حرب مع نفسي أنا في سلام مع الغير (16 ماي 2016)	14	9.09%
10	لا تكره ما لا تفهم (23 ماي 2016)	17	10.69%
	المجموع	159	100%

الشكل رقم (07): يبين إعجاب الجمهور بالحصّة

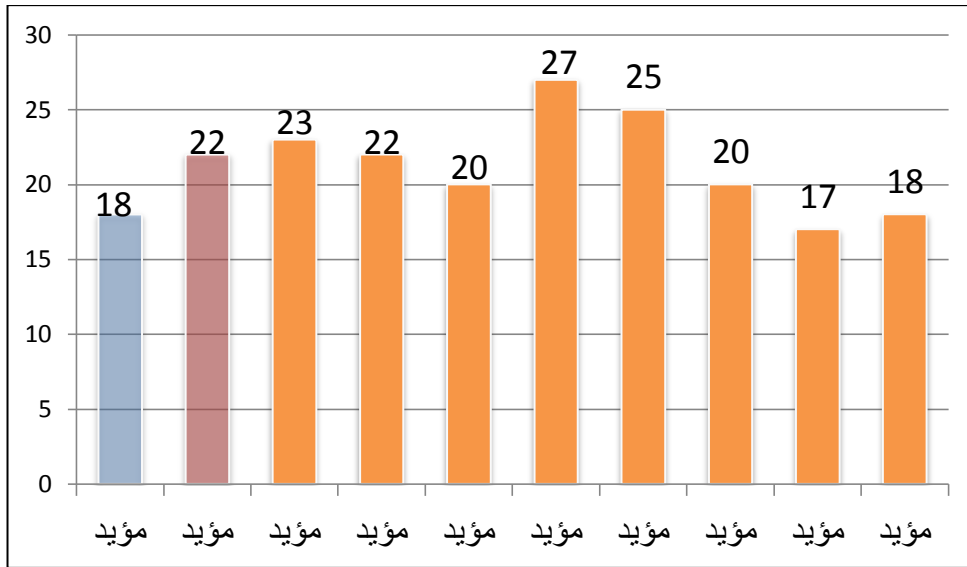


نلاحظ من خلال تحليل بيانات الجدول أن نسب إعجاب الجمهور بمواضيع الحصّة قد تباين فيما بينه حيث ان أكبر نسبة كانت للموضوع 05 بنسبة 12.33% و كذلك الموضوع 09 بنسبة 12.33% أما بقية النسب فقد كانت بين 7.79% و 11.68%، إذ أن هذه النسب تباينت بين المواضيع النفسية و الإجتماعية غير أن المواضيع النفسية كانت الأكثر إعجابا لجمهور الحصّة كما تبينه النسب.

جدول رقم (05) يبين فئة الإتجاه مبدأه معارض محايد في الحخص

الرقم	الموضوع	مؤيد		محايد		معارض	
		التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
1	تصور حجم مامات فينا حتى تعودنا على كل ماحولنا (21 مارس 2016).	18	8.49%	00	00	00	00
2	الإكراه على الفضيلة، لا يصنع الإنسان الفاضل كما أن الإكراه على الإيمان، لا يصنع الإنسان المؤمن فالحرية هي أساس الفضيلة (28 مارس 2016).	22	10.38%	00	00	00	00
3	لا تخف، الخوف لا يمنع الموت لكن يمنع الحياة (4 أبريل 2016).	23	10.84%	00	00	00	00
4	من يحترفون إثارة الفوضى في المجتمعهم بالتأكيد الذين لا يملكون حلا لمشكلاتهم، و لكن يبحثون عن الرعامسة وسط الفوضى (10 أبريل 2016).	22	10.38%	00	00	00	00
5	لا يكبر الحب بطول المدة و إنما بجمال المواقف و لو كانت لحظات (17 أبريل 2016)	20	9.43%	00	00	00	00
6	لا تسلق الجبال ليرك العالم، تسلقها لترى العالم (25 أبريل 2016)	27	12.74%	00	00	00	00
7	من يسبح دائما مع التيار ليس لديه الشجاعة للإعتراف بالخطأ (2 ماي 2016)	25	11.79%	00	00	00	00
8	الناس يعبدون القوة (9 ماي 2016)	20	9.43%	00	00	00	00
9	لأنني في حرب مع نفسي أنا في سلام مع الغير (16 ماي 2016)	17	8.02%	00	00	00	00
10	لا تكره ما لا تفهم (23 ماي 2016)	18	8.49%	00	00	00	00
	المجموع	212	100%	00	00	00	00

الشكل رقم (08): يبين عدد المؤيدين في مواضيع الحصة



يبين الجدول رقم (05) من خلال نتائجه أن جميع النسب في المواضيع جاءت مؤيدة و ذلك بنسب متقاربة فيما بينها حيث كانت أعلي نسبة ب12.74% بتكرار (27) فحيث أن نسبة المعارض و المحايد (00) و هذا ما يفسر أن جمهور الحصة راضي تماما على ما تقدمه من مواضيع التي هي ضمن رغباتهم و إهتماماتهم الشخصية إذ يرجع ذلك إلى أن المؤيدين يبحثون عن جو و سلام مستقر مع غيرهم حتى في وجود مشكلات مع ذاتهم و هذا حفاظا على ديمومة العلاقات الإجتماعية بين الأفراد و إستمرارها.

II. النتائج العامة لدراسة:

لقد كشفت الدراسة التي قمنا بها والتي تدور حول إستخدام شبكات التواصل الإجتماعي الحصص الإذاعية حصّة إسقاطات بإذاعة قلمة نموذجاً، على مجموعة من النتائج ساهمة في الإجابة على الفرضيات و التي يمكن حصرها فيما يلي :

ماهي عادات وأنماط إستخدام القائمون على حصّة إسقاطات لمواقع التواصل الإجتماعي "الفايسبوك"؟

- محاولة وسعي القائمون على الحصّة الجمع بين العمل التقليدي و العمل الافتراضي على شبكات التواصل الإجتماعي.

- التحول من الإتصال الهاتفي إلى التواصل الافتراضي مع الجمهور.

- ساعدت شبكات التواصل الإجتماعي القائمون على الحصّة بالتواصل مع الجمهور خارج أوقات بثها .

- خلق فضاء جديد لتواصل مع الجمهور .

ماهي الدوافع و الحاجات التي تكمن وراء توظيف حصّة إسقاطات لموقع الفايسبوك؟.

- معرفة آراء و إتجاهات الجمهور حول مواضيع الحصّة و هو ما يمثل دور تحفيزي لتعبير بحرية وذلك من خلال نشر التعليقات و الإقتراحات عبر الحصّة .

- حاجة البقاء على التواصل الدائم مع الجمهور من أجل تثبيت مكانة الإذاعة على الساحة الإعلامية بصفة عامة و حصّة إسقاطات بصفة خاصة.

- مواكبة التطورات الحديثة خاصة مع دخول الإعلام الجزائري عالم الرقميات .

- إعطاء نفس و حلة جديدة للحصّة .

- زيادة نسبة متبعي الإذاعة بصفة عامة و حصّة إسقاطات بصفة خاصة.

كيف يستغل القائمون على حصّة خصائص هذا الموقع لتأثير على جمهورها ؟ .

- معرفة المواضيع المفضلة لدى الجمهور من خلال التعليقات و درجة الإعجاب بكل موضوع.

- تعريف الجمهور بموضوع الحصة و ذلك بطرحه عبر الصفحة قبل البث و هذا ما يزيد من نسبة المشاركة في الحصة.
- تمكين الجمهور من التفاعل مع الحصة من خلال صفحاتها قبل بثها على المباشر.
- الترويج للحصة و كسب مشاركين جدد.
- توظيف الصور التي توضح أكثر مضمون الموضوع التي يكون لها إستقطاب أكبر للجمهور.

III. النتائج في ضوء الفرضيات :

تشير نتائج الدراسة إلى صدق الفرضية العامة و التي نصها:

" توظف حصة إسقاطات شبكات التواصل الإجتماعي " ، وهذا ما أكدته النتائج المتوصل إليها تشير أيضا نتائج الدراسة صدق الفرضية الأولى التي نصها: " وجود تفاعل الجمهور مع حصة إسقاطات عبر صفحاتها " .

كما تبين نتائج الدراسة على صدق الفرضية الثانية و التي نصها : " يساهم توظيف شبكات التواصل الإجتماعي في التطوير و الإرتقاء من مستوى أداء خدمة حصة إسقاطات " . حيث بينت هذه النتائج أن أداء توظيف الحصة ساهم بتطوير و الإرتقاء بها لكن بشكل متوسط .

وتشير أيضا نتائج الفرضية الثالثة و التي نصها:

" يعتمد نجاح إسقاطات على حسن توظيف شبكات التواصل الإجتماعي لتحقيق أهدافها المرجوة " ، حيث بينت النتائج إرتفاع نسبة متابعة الحصة من خلال إستخدامها لموقع الفايسبوك .

IV. الاقتراحات و التوصيات:

بعد النتائج التي توصلنا إليها في هذه الدراسة اقترحنا بناء على هذا الأساس مجموعة من التوصيات و الممثلة في :

1. إن توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في الحصص الإذاعية يتطلب الاستمرارية و بذل المزيد من الجهود و محاولة تعميم ذلك على الحصص الأخرى و خاصة ذات الطابع الاجتماعي.
2. إذا كانت هذه الدراسة قد حاولت الكشف عن مدى استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الحصص الإذاعية ، فان الحصص الإذاعية تختلف بأنواعها و عليه تبقى هذه المواضيع مهمة و بحاجة إلى اهتمام الباحثين و الدارسين مستقبلا و هذا ما يمهد لدراسة موضوع جديد.
3. إذا كانت هذه الدراسة أجريت على حصة إسقاطات سعيا للكشف عن مدى استخدامها لشبكات التواصل الاجتماعي في ميدان عملها ، هذا بدوره ما يمهد لدراسة جديدة مثل إجراء مقارنة بين مختلف الحصص الإذاعية في توظيفها لهذه الشبكة.
4. لقد أشارت نتائج الدراسة أن استخدام إسقاطات للوسائط المتعددة متوقف على الصورة و النص و من هذا المنطلق اقترحنا استخدام الفيديو و الصوت باعتبارهما وسيطين مهمين كذلك وضع تسجيل صوتي للحصة على صفحتها لتمكين الجمهور من إعادة تتبعها .

خاتمة

خاتمة:

تعد شبكات التواصل الاجتماعي في الإذاعة من المواضيع الهامة نظرا للأهمية التي يكتسبها هذا الموضوع و لقربه من إهتمامات الأفراد ، و إتماده على عنصر التفاعل الذي يعتبر غائبا في وسائل الإعلام التقليدية و قد حاولنا في هذه الدراسة الإحاطة بأهم جوانب موضوع إستخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الحصص الإذاعية بالتعرض إلى مختلف مفاهيم و خصائص شبكات التواصل الاجتماعي بمختلف أنواعها و خاصة موقع الفيس بوك.

فقد توصلنا من خلال الدراسة النظرية و التطبيقية التي قمنا بها على مستوى إذاعة قالمة الجهوية و التي أخذنا حصة إسقاطات كنموذج للدراسة التطبيقية أن هذه الأخيرة توظف شبكات التواصل الاجتماعي لكن بشكل محدود .

و نشير في الأخير أن الدراسة قد تناولت موضوع شبكات التواصل الاجتماعي من زاوية واحدة فقط بينما لا تزال زوايا أخرى كثيرة و متعددة تقبل الدراسة و البحث باعتباره موضوعا حيويا و خصبا و لم تتعرض له الكثير من الدراسات.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع :

أولاً: المراجع باللغة العربية:

- 1) إسماعيل السلیمان أبو جلال، الإذاعة ودورها في الوعي الأمني، ط1، دار أسامة للنشر و التوزيع، عمان ، 2012.
- 2) باسم عبد الرحمان المشاقبة، نظريات الإتصال ، ط1، دار أسامة للنشر و التوزيع، عمان، 2011.
- 3) بشير علاق، نظريات الإتصال مدخل متكامل ، دار البازوري للنشر و التوزيع، عمان، 2011.
- 4) بلقاسم سلاطنية و حسن الجليلي، منهجية البحث في العلوم الإجتماعية ، دار الهدى ، الجزائر، 2004.
- 5) تقرير الإعلام الجديد العربي كلية دبي للإدارة الحكومية، الإصدار الثاني، ماي 2011.
- 6) جمال العيفة، مؤسسات الإعلام و الإتصال (الوظائف ، الهياكل، الأدوار)، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر، 2010.
- 7) حسين محمود جواد الجبوري، منهجية البحث العلمي "مدخل لبناء المهارات" ، ط1، دار صفاء للنشر و التوزيع، عمان، 2012.
- 8) حسين محمود دهمي: العلاقات العامة وشبكات التواصل الإجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر و التوزيع، عمان، 2014.
- 9) خالد حسان يوسف المقداوي، ثورة الشبكات الإجتماعية ، دار النفائس، ط1، عمان، 2013.
- 10) خليفة هبة محمد، مواقع الشبكات الإجتماعية (ماهي)، منتديات السيار بالمكتبات و تقنية المعلومات:2012.
- 11) رضا عبد الواحد امين، النظريات العلمية في مجال الإعلام الإلكتروني ، قسم الصحافة و الإعلام بجامعة الأزهر، القاهرة ، 2008.
- 12) شريف درويش اللبان، الصحافة الإلكترونية : دراسات في التفاعلية و تصميم المواقع، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة، 2005.
- 13) الصديق بخوش ، منهجية البحث العلمي، ط2، دار قرطبة للنشر و التوزيع، 2012.
- 14) طارق سيد احمد، الإعلام المحلي وقضايا المجتمع، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2004.

- 15) طه العاطي نجم : الإتصال الجماهيري في المجتمع العربي الحديث، دار المعرفة الجامعية ، الإسكندرية ، 2009.
- 16) عباس مصطفى صادق: الإعلام الجديد (المفاهيم، الوسائل، التطبيقات)، ط1، دار الشروق، الأردن، 2008.
- 17) عبد الباسط عبد الوهاب ، إستخدامات تكنولوجيا الإتصال في الإنتاج الإذاعي و التلفزيوني، المكتب الجامعي الحديث، مصر، 2005.
- 18) عبد الرحيم درويش، مقدمة إلى علم الإتصال ، مكتبة نانسي ، دمياط، 2005.
- 19) عبد الرزاق محمد الدليمي، الإعلام الجديد و الصحافة الإلكترونية، ط1، دار وائل للنشر و التوزيع ، عمان ، 2011.
- 20) عبد الكريم علي الدبيسي وزهير ياسين طاهات، دور شبكات التواصل الإجتماعي ، في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية، في دراسات العلوم الإنسانية و الإجتماعية ، المجلد 40 ، العدد 103 ، 2013.
- 21) عدلي سيد محمد رضا، البناء الدرامي في الراديو و التلفزيون، دار الفكر العربي، ، مصر، د.س.ن.
- 22) علي خليل شقرة، الإعلام الجديد و شبكات التواصل الإجتماعي ، ط1، دار أسامة للنشر و التوزيع، عمان ، 2014 ،
- 23) علي عمجوة و زكريا فريد، إدارة العلاقات العامة بين الإدارة ، د.ط، عالم الكتب ، القاهرة ، 2008.
- 24) فؤاد شعبان و عبيدة صبطي ، تاريخ وسائل الإتصال و تكنولوجياته الحديثة، دار الخلدونية للنشر و التوزيع، الجزائر، 2012 .
- 25) فتحي حسين عام، وسائل الإتصال الحديثة من الجريدة إلى الفايس بوك ، ط1، العربي للنشر و التوزيع، القاهرة، 2011.
- 26) ليلة جرار ، الفيسبوك و الشباب العربي ، مكتبة الفلاح، عمان، 2012.
- 27) ماجي الحلواني و عاطف عدلي العبد، الانظمة الإذاعية في الدول العربية ، دار الفكر العربي ، ط1، القاهرة، 1987.
- 28) ماهر عودت الشمالية و آخرون، الإعلام الرقمي الجديد، ط1، دار الإعصار العلمي للنشر و التوزيع، عمان ، الأردن، 2015.

- 29) محمد صاحب سلطان، وسائل الإعلام و الاتصال - دراسة في النشأة و التطور، دار المسيرة للنشر و التوزيع، ط1، 2012.
- 30) محمد عبد الحميد ، نظريات الإعلام و إتجاهات التأثير ، عالم الكتب للنشر و التوزيع، القاهرة ، 2004.
- 31) محمود علم الدين، تكنولوجيا المعلومات و الإتصال و مستقبل صناعة الصحافة، ط1، دار سحاب للنشر و التوزيع، 2005.
- 32) مدثر النور أحمد، شرح كيفية تسجيل في موقع الفايس بوك، د.ط، كلية الدراسات الحاسب الآلي ، السودان.
- 33) مروان عبد المجيد إبراهيم، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية ، ط1، مؤسسة الورق ، 2000.
- 34) مصطفى حميد الطائي، مناهج البحث العلمية وتطبيقاته في الإعلام و العلوم الإجتماعية، ط1، دار الوفاء لدنيا الطباعة و النشر، الإسكندرية، 2006.
- 35) مورييس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية ، ترجمة بوزيد محراوي و آخرون، دار القصة ، الجزائر، 2006.
- 36) مي عبد الله ، نظريات الإتصال، دار النهضة العربية، بيروت، 2005.
- 37) نصر الدين العياطي، التلفزيون دراسات و تجارب، دار هومة ، الجزائر، 1998.
- 38) وائل مبارك خضر فضل الله ، أثر الفايس بوك على المجتمع، فهرسة المكتبة الوطنية أثناء النشر ، الخرطوم، السودان، ط1، 2011.

ثانيا: الرسائل الجامعية

- 1) بسمة اللدعة وندى الخزنداري، إستخدامات الشبكات الإجتماعية في الإعلام، بحث مقدم لإستكمال متطلبات درجة الماجستير في الصحافة و الإعلام ، الجامعة الإسلامية ، غزة ، 2011.
- 2) تسعديت قدوار، أثر تكنولوجيا الإتصال على جمهورها، دراسة مسحية في الإستخدامات و الإشباع لدى الشباب دراسة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام و الإتصال ، جامعة الجزائر 3، كلية العلوم السياسية و الإعلام، قسم علوم الإعلام و الاتصال ، 2010-2011.
- 3) حمدي محمد الفاتح، إستخدامات تكنولوجيا الإعلام و الاتصال الحديث و انعكاساتها على قيم الشباب، رسالة ماجستير ، كلية العلوم الإجتماعية و الإنسانية، الجزائر، 2008.

- 4) رشيد قريح، الإذاعة الجزائرية بين الخدمة العمومية و التوجه التجاري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام و الإتصال، جامعة يوسف بن خدة ، الجزائر، 2008.
- 5) سلطان مصفر الصاعدي، شبكات التواصل الإجتماعي على جمهور المتلقين، رسالة ماجستير في الإعلام و الإتصال ، كلية الآداب و التربية، جامعة دانمارك، 2012.
- 6) عبد الله ممدوح مبارك الرعود، دور شبكات التواصل الإجتماعي في تونس و مصر، رسالة مقدمة للحصول على درجة ماجستير، في علوم الإعلام و الإتصال، كلية الإعلام، جامعة الشرق الاوسط، 2011-2012.
- 7) فاطمة الزهراء عماري، إستخدام القنوات التلفزيونية الإخبارية- شبكات التواصل الإجتماعي "فايس بوك"-، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في ميدان العلوم الإنسانية ، كلية العلوم السياسية و الإعلام، جامعة الجزائر 03، 2012.
- 8) فتيحة كحيل الإعلام الجديد ونشر الوعي البيئي ، دراسة في الإستخدامات مواقع التواصل الإجتماعي - فايسبوك نموذجاً-، رسالة ماجستير ، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2011-2012.
- 9) مالك شعباني ، دور الإيداعات المحلية في نشر الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي، دراسة ميدانية بجامعة قسنطينة و بسكرة ، رسالة دكتوراه في علم إجتماع التنمية كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية، جامعة منتوري قسنطينة، 2005-2006.
- 10) محمد المنصوري، تأثير شبكات التواصل الإجتماعي على جمهور المتلقين (دراسة مقارنة للمواقع الإجتماعية الإلكترونية) "العربية نموذجاً"، رسالة ماجستير في الإعلام و الإتصال الأكاديمية العربية، الدانمارك، 2012.
- 11) محمد عوادة ، تأثير شبكات التواصل الإجتماعي على جمهور المتلقين، رسالة ماجستير في علوم الإعلام و الإتصال، الأكاديمية العربية ، الدانمارك، 2012.
- 12) مريم ناريمان نومار، إستخدام مواقع شبكات الإجتماعية وتأثيره في العلاقات الإجتماعية - دراسة عينة من مستخدمي موقع الفايس بوك في الجزائر-
- 13) مصعب حسام الدين لطفي، دور مواقع التواصل الإجتماعي في عملية التغير السياسي، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في التخطيط و التنمية، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية ، فلسطين ، 2012.
- 14) نبيلة جعفري، الإعلام الجهوي وتحقيق إشباع الجمهور، رسالة ماجستير في علوم الإعلام و الإتصال تخصص صحافة، جامعة منتوري قسنطينة.

ثالثا: المقابلات:

1) مقابلة، رشدي العطاوي، إذاعة الجزائر من قلمة ، 2016/04/30، 10 :30

2) مقابلة، زهرة سحاب، 2016/06/07، 10 :00

رابعا: المعاجم والقواميس:

1) أسد الدين التميمي، معجم مصطلحات الأنترنت و الحاسوب، دار أسامة للنشر و التوزيع، الأردن، 2006.

1) marchel danesi(2009),dictionnery of media and communication me charper, new york

خامسا: الدوريات والمجلات

1) الصادق الحمامي، الاعلام الجديد: مقارنة تواصلية ، مجلة إتحاد إذاعات العربية ، العدد 04، تونس، 2006.

2) خالد زعموم و السعيد بومعيزة، التفاعلية في الإذاعة اشكالها ووسائلها، مجلة إتحاد إذاعات الدول العربية، تونس ، 2007.

خامسا: الدوريات و المقالات

1) حمزة أبو شنب، مقال بعنوان تقنيات التواصل الإجتماعي، الإستخدامات و المميزات، تاريخ الزيارة: http://www.alikan.net 15 :30، 2016/04/22

2) خليفة هبة محمد، مواقع الشبكات الإجتماعية (ماهي)، منتديات السيار بالمكتبات و تقنية المعلومات: http://www.alyaseer.net/vb/shothread.php?t:17775

3) تقرير الإعلام الجديد العربي كلية دبي للإدارة الحكومية، الإصدار الثاني، ماي 2011.

سادسا: مواقع الأنترنت:

1) http ://www.facebook.com

2) http://www.askmost.com

3) http://www.hi5.com

4) http://mayspace.com/sionim

5) http://www.tech-wd.com/wd

6) http://www.msm4design.com/website-development/social-networks.html

7) top 15 most popular social networking sites, ebizmbaravk.february 2012

الملاحق

دليل أسئلة المقابلة :

- س1: كيفية وضعك لمواضيع الحصة و هل تقومين بتحديثها وفق ما تطلبه الحصة؟.
- س2: ما هو عدد مرات تصفحك لحصة البرنامج؟.
- س3: أين يتم فتح صفحة البرنامج و ما هي الوسيلة المستخدمة لذلك؟
- س4 ما هي الاهمية التي تكمن من وراء فتح الصفحة؟
- س5 ما الدوافع المحققة من فتح صفحة خاصة بالبرنامج والحاجات المحققة من وراء ذلك؟
- س6 ماهي الاضافات التي قدمتها الصفحة للحصة؟
- س7: ما هي نوعية المواضيع المقدمة؟
- س8: هل ساعد موقع الصفحة على خلق فضاء جديد للتواصل مع الجمهور؟
- س9: هل تأملين في تطوير محتوى الصفحة؟

إجابات صاحبة الحصة:

لقد كشفت المقابلة التي قمنا بها مع معدة حصة إسقاطات بإذاعة قالمة و المشرفة على موقع الصفحة الخاص بالحصة على الفيس بوك حول استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في الحصاص الإذاعية التفاعلية و بالضبط إذاعة قالمة الجهوية على مجموعة من الإجابات ساهمت في الإجابة عن التساؤلات و التي يمكن حصرها فيما يلي:

من خلال المقابلة التي قمنا بها مع معدة ومقدمة البرنامج الأنسة زهرة و و محاورتنا لها تبين لنا أنها تعمل دائما على وضع مواضيع الحصة بصفة دورية و منتظمة كما أنها تعمل على تحديثها و فق ما تتطلبه الحصة و مسايرة للأحداث و أنها تقوم بالإعلان المسبق عن الموضوع الذي ستناقشه الحصة . في غالب الاحيان تكون في مكان العمل والباقي يكون في البيت عن طريق جهاز الإعلام الآلي ، هذا و تعمل معدة الحصة على استخدام الصفحة على الأقل ثلاث مرات في الأسبوع .

يتم إنشاء الصفحة الإذاعية الخاصة بحصة إسقاطات على موقع التواصل الاجتماعي بدافع التعرف على آراء المستمعين حول ما تقدمه الإذاعة عامة و حصة إسقاطات خاصة وتتصدر حاجة البقاء على تواصل مع الجمهور قائمة الحاجات التي تكمن وراء إنشاء مثل هذه الصفحات ، كذلك معرفة آراء الجماهير و المستمعين حول برنامج إسقاطات ، ونشر معدة الحصة على صفحاتها مواضيع الحصة التي تبث عبر أمواج الإذاعة لكي يتسنى للجمهور الاطلاع عليها.

تعزير إمكانيات جمع الأخبار و تأمين وجود مساهمين و ضيوف للحصة وهذا ما أوضحتها معدة الحصة الأنسة زهرة اسحاب ان من بين الاضافات التي قدمتها الصفحة للحصة اكتساب شهرة أكثر للبرنامج و توسيع دائرة الاستماع لحصة إسقاطات، بالإضافة للاستفادة من آراء المتبعين للحصة عبر الصفحة لتطوير أو تحسين من محتوى البرنامج و خلق متبعين جدد لحصة إسقاطات عبر الأثير وتوفير فرصة أكبر للتواصل مع جمهور الحصة .

وتتناول صفحة حصة البرنامج عبر موقع الفاييسبوك المواضيع الاجتماعية والنفسية وتعد المواضيع النفسية الأكثر طرحا من قبل معدت البرنامج كاشفة بلمناسبة أن الصفحة أصبحت متنفسا جديدا لمتبعي البرنامج عبر الأثير وفرصة لتبادل ومناقشة مواضيع الحصة عبر صفحة الفاييسبوك واعتبرت القائمة على الصفحة لها أصبحت بمثابة فضاء جديد للتواصل مع الجمهور ومراقبة كل المشاركات لفرض إجراء تحليل نوعي لما يقوله الجمهور

و دراسة كيفية الإستجابة لرغباته و الإستفادة من المواضيع المقترحة من طرف معجبي الحصة و من النقاط التي إستنتجناها أثناء المقابلة أن معدة الحصة و المشرفة على الصفحة تأمل في تطوير محتوى الصفحة بما يواكب متطلبات المستمع على الأثير و المتصفح على موقع الفيس بوك و ذلك من خلال تغيير قالب الصفحة مع الحفاظ على المضمون الأساسي .

ملخص:

نهدف من خلال الدراسة التي قمنا بها إلى الكشف عن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الحصة الإذاعية حصة إسقاطات نموذجاً، وقد ركزنا في هذه الدراسة على الفيس بوك، ومن أجل تحقي الغحاطة الكافية بمختلف جوانب الإستخدم تم تقسيم الدراسة إلى اربعة فصول كالتالي:

الفصل الأول تناولنا فيه موضوع الدراسة و إجراءاتها المنهجية، في حين الفصل الثاني تطرقنا فيه إلى ما هية شبكات التواصل الاجتماعي ، و الفصل الثالث تضمن الإذاعة و التفاعلية، أما الفصل الرابع فتضمن الإطار التطبيقي لدراسة ، وقد خرجنا من هذه الدراسة بتوصيات و إقتراحات.

الكلمات المفتاحية: مواقع التواصل الاجتماعي، الفيس بوك ، الإذاعة، التفاعلية، التفاعل.

Résumer :

Nous voulons suite à cette étude pour but de découvrir l'utilisation des réseaux sociaux à travers les émissions radio dont (**séance Iskatat comme exemple**), ou on a basé cette étude sur le face book et pour découvrir totalement tous les points et cotées utilisation on à reportés ce travail a quatre chapitre comme suit :

1^{er} chapitre ou ont pris l'étude et ces action systématique, 2^{ème} chapitre on a abordé Qu'est-ce qu'un réseaux sociaux , et le 3^{ème} chapitre interactif de radio et 4^{ème} chapitre étude pratique ou en a eu des proposition et des Recommandations.

Mots clés :

Les sites de réseaux sociaux, face book, la radio, interactivité, interaction.